



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

O papel da *internet* e das redes sociais na promoção da transparência e da abertura à sociedade na Administração Pública. O caso da Marinha.

Ana Maria Vardasca Barbosa Queirós

Mestrado em Administração Pública

Orientadora:

Doutora Maria José Sousa, Professora Associada com Agregação
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2024



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Ciência Política e Políticas Públicas

O papel da *internet* e das redes sociais na promoção da transparência e da abertura à sociedade na Administração Pública. O caso da Marinha.

Ana Maria Vardasca Barbosa Queirós

Mestrado em Administração Pública

Orientadora:

Doutora Maria José Sousa, Professora Associada com Agregação
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2024

Agradecimento

À Marinha por me ter inspirado na temática neste trabalho e a todos os que colaboraram ou ajudaram para ser possível a realização deste trabalho, em especial ao Chefe do Estado-Maior da Armada, Almirante Henrique Eduardo Passaláqua de Gouveia e Melo pela disponibilidade demonstrada para a concessão de entrevista e pelo envolvimento da sua equipa do Serviço de Comunicação, Informação e Relações Públicas na disponibilização dos dados necessários das redes sociais, em especial à Capitão-tenente Técnica Superior Naval da área de Comunicação Social Carla Sofia Morais, e ainda à Direção de Análise e Gestão da Informação, em especial ao Capitão-de-fragata Engenheiro Naval do ramo Mecânica André Fernandes Gil pelo apoio na recolha de dados do sítio oficial da Marinha na *internet*.

À minha orientadora Professora Doutora Maria José Sousa por toda a compreensão e apoio e ao ISCTE por me ter proporcionado este ciclo de estudos imensamente enriquecedor.

À minha querida mãe Liseta Queirós, Mestre em Ciências de Educação, pela motivação que me transmitiu desde cedo para estudar e pela ajuda na fase final de revisão do texto.

Ao meu marido João Paulo, e aos meus filhos Joana e ao Duarte pela compreensão e apoio na concretização desta etapa, e pelo tempo que dispensaram da minha companhia para ser investido neste projeto pessoal.

Resumo

Os desafios introduzidos nas últimas décadas pelas iniciativas relacionadas com o Governo Aberto, designadamente no que respeita à transparência, à colaboração e à participação, traduzem-se numa grande diversidade de incentivos e exigências no que respeita à disponibilização de informação pela Administração Pública. A transparência assume neste âmbito um papel de grande destaque, mas não exclusivo, na qual não só assenta de forma proeminente o discurso político, mas também a voz da sociedade que, de forma cada vez audível, requer a disponibilização de dados, de informação sobre as políticas públicas e de acesso direto aos serviços públicos. As redes sociais ao longo do tempo têm vindo, neste contexto, a assumir-se como plataformas de diálogo e disponibilização direta de informação, pelo que assumem um papel na governação aberta que parece relevante. O caso da Defesa, desde há vários anos caracterizado por ser um dos últimos redutos de segredo no âmbito do Governo Aberto, acarreta especiais desafios para a gestão das Forças Armadas, numa balança de equilíbrio complexa entre a transparência e a opacidade necessária à segurança nacional. A intenção do presente trabalho é caracterizar o papel que a *internet* e as redes sociais da Marinha Portuguesa desempenham, no sentido de perceber o impacto que estes meios de comunicação têm na promoção da transparência e abertura à sociedade.

Palavras-chave:

Governo Aberto, Transparência, Redes Sociais, Administração Pública, Defesa

Abstract

The challenges introduced in recent decades by initiatives related to Open Government, particularly regarding transparency, collaboration and participation, translate into a great diversity of incentives and demands regarding the disclosure of information by the Public Administration. Transparency plays a very important role in this context, in which not only political discourse is prominently based, but also the voice of society which, in an increasingly audible way, requires the availability of data, information on public policies and direct access to public services. Social media over time have, in this context, emerged as platforms for dialogue and direct provision of information, which is why they play a role in open governance that seems relevant. The case of Defence, for several years characterized by being one of the last strongholds of secrecy within the scope of open governance, poses special challenges for the management of the Armed Forces, in a complex balancing act between transparency and opacity necessary for national security. The intention of this work is to characterize the role that the internet and social media usage of the Portuguese Navy play, in order to understand the impact that these means of communication have in promoting transparency and openness to society.

Keywords:

Open Government, Transparency, Social Media, Public Administration, Defence

Índice

Agradecimentos	i
Resumo	iii
Abstract	v
Introdução	1
Capítulo 1. Enquadramento Teórico	5
1.1. O Governo Aberto	5
1.2. A transparência na Administração Pública	7
1.3. A utilização das novas tecnologias no contexto do Governo Aberto	10
1.4. A dicotomia da opacidade e estanqueidade versus a transparência e abertura no caso da Marinha	12
Capítulo 2. Metodologia do Estudo de Caso	19
2.1. Modelo de análise e estratégia de investigação	19
2.2. Técnicas de recolha e análise de dados	21
2.2.1. Recolha e análise dos dados do sítio oficial da Marinha na <i>internet</i>	24
2.2.2. Recolha e análise dos dados do Facebook da Marinha	26
2.2.3. Técnica da entrevista	28
Capítulo 3. Apresentação e Discussão dos Resultados	29
3.1. Apresentação e discussão dos resultados do sítio oficial da marinha na internet	29
3.1.1. Resultados do número de visualizações	29
3.1.2. Resultados do tempo de permanência	32
3.2. Apresentação e discussão dos resultados da página do Facebook	34
3.2.1. Índices de interação da página do Facebook	38
3.3. Apresentação e discussão dos resultados da entrevista	41
Conclusões	45
Referências Bibliográficas	47
Anexo A – Guião da Entrevista	A-1
Anexo B – Breve caracterização da Marinha	B-1

Índice de Quadros e Figuras

Quadros

Quadro 1.4.1. Análise da informação pública no sítio da internet da Marinha, à luz da Lei 26/2016 de 22 de agosto	17
Quadro 2.2.1. Resumo da recolha de dados nas plataformas	21
Quadro 2.2.1.1. Análise do sítio da Marinha na internet – visualizações por página entre 2019 e 2022	24
Quadro 2.2.1.2. Lista de códigos usada para as categorias da internet	25
Quadro 2.2.2.1. Lista de códigos usada para as categorias do Facebook	26
Quadro 2.2.2.2. Métricas de análise do Facebook de acordo com a metodologia proposta por Bonsón e Ratkay (2013) e Bonsón et. al (2015)	27
Quadro 3.1.1.1. Resultados das categorias relativamente ao número de visualizações	30
Quadro 3.1.1.2. Visualizações de páginas no sítio – por ano, entre 2019 e 2022	31
Quadro 3.1.2.1. Tempo no sítio – total entre 2019 e 2022	32
Quadro 3.1.2.2. Tempo no sítio – por ano entre 2019 e 2022	33
Quadro 3.2.1. Pessoas alcançadas, gostos, partilhas e comentários no Facebook, total entre 2019 e 2022	34
Quadro 3.2.2. Pessoas alcançadas, gostos, partilhas e comentários no Facebook – por ano entre 2019 e 2022	37
Quadro 3.2.1.1. Índices de interação no Facebook, global entre 2019 e 2022	39
Quadro 3.2.1.2. Índices de interação no Facebook – por ano entre 2019 e 2022	40
Quadro 3.3.1. Comparação da ordenação das categorias do sítio oficial da Marinha	41
Quadro 3.3.2. Comparação da ordenação das categorias do Facebook	42

Figuras

Figura 1.4.1. Linha de ação 23 para fortalecer a accountability da Defesa Nacional	15
Figura 1.4.2. Aspeto da cascata do separador Institucional do sítio oficial da Marinha	16
Figura 2.1.1. Modelo de análise da investigação	19
Figura 2.1.2. Modelo de análise da investigação – questões e objetivos	20
Figura 2.2.1. Gráfico da evolução do número de seguidores da Marinha entre 2019 e 2022	22
Figura 3.1.1.1. Número total de visualizações no sítio entre 2019 e 2022, por categoria analisada	30

Figura 3.1.1.2. Número médio de visualizações por página no sítio entre 2019 e 2022, por categoria	31
Figura 3.1.1.3. Número total de visualizações e número médio de visualizações por página no sítio entre 2019 e 2022, por categoria	32
Figura 3.1.2.1. Tempo total no site entre 2019 e 2022, por categoria	32
Figura 3.1.2.2. Tempo médio por visualização de página do site entre 2019 e 2022, por categoria	33
Figura 3.1.2.3. Tempo médio por visualização de página do sítio entre 2019 e 2022, por categoria, representação gráfica	34
Figura 3.2.1. Número total e médio de pessoas alcançadas por publicação no Facebook, entre 2019 e 2022, por categoria	35
Figura 3.2.2. Número total e número médio de gostos por publicação no Facebook, entre 2019 e 2022, por categoria	35
Figura 3.2.3. Número total e número médio de partilhas por publicação no Facebook, entre 2019 e 2022, por categoria	36
Figura 3.2.4. Número total e número médio de comentários por publicação no Facebook, entre 2019 e 2022, por categoria	36
Figura 3.2.5. Número total e número médio de pessoas alcançadas, gostos, partilhas e comentários por publicação do Facebook, entre 2019 e 2022	38
Figura 3.2.1.1. Índices de popularidade, compromisso, viralidade e participação entre 2019 e 2022, por categoria	39
Figura 3.2.1.2. Índices de interação no Facebook entre 2019 e 2022	40
Figura B-1.1. Logotipo da Marinha	B-1

Introdução

Quando este curso de mestrado foi iniciado, no ano letivo de 2021/2022, a discente ainda não tinha uma ideia clara sobre o tema a ser escolhido para a dissertação. No entanto, tinha interesse prévio por temas relacionados com a transparência, a prestação de contas e *accountability*. Foram as unidades curriculares frequentadas ao longo do curso que foram despertando a atenção para os paradigmas da Administração Pública e para os grandes desafios que os dirigentes enfrentam diariamente, para responder aos novos modelos, sempre em evolução, e às crescentes exigências da sociedade.

Neste percurso, uma das principais exigências identificadas foi a busca incessante pela transparência, aliada ao cumprimento rigoroso de requisitos administrativos, técnicos e legais, com elevados padrões de ética e rigor. Essa transparência revelou-se no conteúdo das diversas unidades curriculares, passando pelos modelos de gestão pública, pelo direito na Administração Pública e pelas responsabilidades na Administração Pública, por exemplo. Foi assim, que ao longo da parte curricular se foi clarificando este percurso pela ótica da transparência. Paralelamente, com a experiência prévia adquirida no âmbito profissional sobre o universo da Defesa e da Marinha, a discente percebeu a existência de uma certa dicotomia entre esta necessidade de transparência e, ao mesmo tempo, a necessidade de sigilo nas matérias, dada a natureza dos assuntos relacionados com a segurança nacional. Este contraste despertou ainda mais o seu interesse em investigar o tema, alargar o conhecimento e compreender um pouco como se fundem estas duas realidades.

A transparência é, por vezes, designada como um "mito" no contexto da Administração Pública, devido à complexidade e ambiguidade deste conceito (Chevallier, 1988). Até mesmo a definição de transparência em dicionários comuns sugere para esta palavra diferentes níveis de visibilidade que podem ir desde o vidro que deixa ver totalmente a realidade, até algo que apenas deixa perceber o conteúdo que se apresenta por detrás. Tal, associado à atividade administrativa, implica um elevado grau de incerteza, significando que algo que é transparente para alguns pode não o ser para outros. Ao longo das últimas décadas o conceito tem sido amplamente utilizado no discurso político, estudado no âmbito académico e frequentemente apresentado como uma solução ideal para os problemas da Administração Pública e dos governos, em resposta às críticas sociais sobre a falta de transparência na ação governativa (Chevallier, 1988; Cuccinello et al., 2017; Hood, 2012; Albert Meijer, 2013; Porumbescu, 2017). Embora a transparência seja um tema amplamente estudado nas últimas décadas, as conclusões relacionadas com os impactos e resultados concretos da aplicação das medidas e iniciativas para a sua promoção são pouco consensuais (Cuccinello et al., 2017).

O conceito de Governo Aberto que será explorado mais à frente, abarca, além da transparência, duas perspetivas principais, designadamente a participação e a colaboração, e veio redefinir a forma

como os governos devem interagir com o cidadão, de modo a reforçar a democracia participativa. Este novo modelo cresceu de forma significativa após a criação da Parceria para a Administração Aberta ou *Open Government Partnership*¹ que, desde 2011, tem agregado novos países participantes, englobando neste momento 75 países subscritores das iniciativas propostas, entre os quais Portugal, que aderiu em 2017 (Agência para a Modernização Administrativa, 2024).

A adoção das novas tecnologias pelos governos, muito potenciadas pelas necessidades de agilização nos serviços eletrónicos supervenientes do período pandémico COVID-19, são descritas como uma forma de maximizar o Governo Aberto, especialmente pela criação de plataformas e formas de interação diretas e inovadoras com o cidadão, os quais permitam alicerçar os três pilares fundamentais do Governo Aberto: transparência, participação e colaboração (Berberian et al., 2014; Gil-Garcia et al., 2020; Wirtz et al., 2018).

O advento das redes sociais, pela sua grande disseminação, facilidade de utilização, possibilidade de interação imediata e divulgação em massa, veio igualmente estabelecer um terreno fértil para o crescimento e divulgação de iniciativas relacionadas com a governação aberta nas suas várias perspetivas (Campos-Domínguez & Díez-Garrido, 2022; Wukich, 2021).

A atuação dos estados no setor da Defesa e das Forças Armadas não deverá ser imune a esta torrente de evolução na abertura da administração ao cidadão, pese embora não existam muitos estudos académicos desenvolvidos neste âmbito em particular. O sigilo, o segredo e a forma de atuação tradicional da Defesa, associados ainda ao facto de estes serem bens públicos dos quais o cidadão não é utilizador no dia-a-dia, promovem algum distanciamento adicional em relação à sociedade. Ainda assim, alguns autores defendem que, de uma forma geral, o segredo da atuação da Defesa não é incompatível com a disponibilização de dados e a governação aberta (Ericson & Wester, 2022; Klaus, 2016; Pyman et al., 2008).

Por outro lado, a necessidade de justificar o dispêndio de recursos com a Defesa em contextos de paz internacional relativa, especialmente desde a Guerra Fria, torna essencial a legitimação da ação dos estados neste âmbito. O apelidado dilema armas contra manteiga, ou *guns versus butter* no idioma original, explica bem esta necessidade, visto que a sociedade prefere que a despesa pública seja canalizada para bens com um cariz mais social, dos quais o cidadão retira uma maior utilidade, como a saúde, a educação ou as prestações sociais. Perante tal dilema, os governos só conseguem justificar a canalização de maior nível de financiamento para a Defesa com base em processos complexos de aceitação democrática dessa atribuição (Hartley, 2010).

Neste contexto, o presente trabalho pretende focar-se essencialmente na perspetiva da transparência e dos esforços da administração aberta envidados pela Marinha, como um estudo de caso que pretende dar um pequeno contributo para o maior conhecimento das iniciativas e dos resultados percecionados

¹ <https://www.opengovpartnership.org/>

por essas iniciativas, com especial enfoque na utilização das novas tecnologias ao dispor através da *internet*.

Os objetivos definidos para o estudo são identificar de que forma a Marinha utiliza a *internet* e as redes sociais no âmbito da promoção da transparência e abertura à sociedade, identificar as plataformas usadas e caracterizar o tipo de informação disponibilizada e avaliar os impactos que essa disponibilização possa ter. O estudo de caso utiliza uma estratégia de investigação essencialmente qualitativa, com o intuito de tentar responder da melhor forma ao problema de investigação e aos objetivos propostos.

Em termos de alinhamento estratégico com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas, considera-se que o presente estudo se enquadra nos ODS:

- ODS 4 Educação de Qualidade - na medida em que contribui para aprofundar o conhecimento do cidadão sobre as instituições e os processos democráticos;
- ODS 16 Paz, Justiça e Instituições Eficazes – porquanto se enquadra no objetivo de desenvolver instituições eficazes, responsáveis e transparentes; e garantir processos de tomada de decisão responsável, inclusiva, participativa e representativa;
- ODS 17 Parcerias para a Implementação dos Objetivos – uma vez que o Governo Aberto é uma forma de alcançar a colaboração e a participação dos cidadãos, das empresas e de todas as áreas da sociedade nos processos de governação.

A dissertação encontra-se organizada em três capítulos. O primeiro capítulo desenvolve os principais conceitos e o enquadramento teórico do tema; o segundo capítulo tem como objetivo explicar o modelo de análise do estudo de caso e a metodologia seguida; e no terceiro capítulo serão apresentados e discutidos os resultados da análise.

Enquadramento Teórico

1.1. O Governo Aberto

Inúmeros autores (Campos-Domínguez & Díez-Garrido, 2022; Matheus & Janssen, 2020; Albert Meijer, 2013; Zeru, 2021) corroboram da opinião de que um dos momentos fulcrais para a multiplicação das iniciativas relacionadas com o Governo Aberto teve origem nos Estados Unidos da América em 2009 (Government of the United States of America, 2009). Antes desta data, a menção ao conceito de Governo Aberto apareceu por diversas ocasiões ao longo da história, frequentemente relacionado com o conceito de dados abertos (Yu & Robinson, 2012), mas a sua utilização tornou-se exponencial após a publicação deste memorandum por Barack Obama. Através dessas diretivas foram dadas instruções claras para o Governo dos Estados Unidos da América atuar de forma aberta, de modo a potenciar os três pilares essenciais do Governo Aberto: transparência, participação e colaboração. A transparência para promover a responsabilização e a *accountability* do governo e fornecer informações essenciais sobre a atuação do governo; a participação para melhorar a qualidade e a eficácia das decisões governamentais; e a colaboração para envolver ativamente os cidadãos na criação dos serviços e bens públicos (Government of the United States of America, 2009). Estas diretivas vieram obrigar a uma alteração na forma como Governo dos Estados Unidos da América se posiciona relativamente aos cidadãos, originando igualmente uma onda internacional de evolução nesse sentido.

Nesta sequência de acontecimentos, em 2011 foi criada a *Open Government Partnership* ou, como veio a ser designada em português, a Parceria para a Administração Aberta. Esta parceria tem vindo a crescer e atualmente integra 75 países². As dimensões da atuação desta parceria focam-se na transparência, participação e na colaboração, e cada país deve desenvolver um plano e um conjunto de iniciativas que promovam os seus objetivos.

Segundo Gil Garcia et al. (2020) para além das três dimensões (transparência, colaboração e participação) identificadas de forma mais tradicional, existem ainda duas outras que estão intimamente correlacionadas, designadamente a da disponibilidade da informação para o cidadão e a das tecnologia da informação. Neste sentido corroboram igualmente Abdulkareem et al. (2022) que relacionam a abertura da governação e a utilização das redes sociais com a confiança no governo e a participação eletrónicas.

² <https://www.opengovpartnership.org/our-members/>, consultado em 20 de setembro de 2024

Em Portugal, um passo determinante para esta nova realidade foi a inclusão do Princípio da Administração Aberta na revisão do Código do Procedimento Administrativo de 2015, através da redação dada ao artigo 17.º que prevê que “todas as pessoas têm o direito de acesso aos arquivos e registos administrativos, mesmo quando nenhum procedimento que lhes diga diretamente respeito esteja em curso, sem prejuízo do disposto na lei em matérias relativas à segurança interna e externa, à investigação criminal, ao sigilo fiscal e à privacidade das pessoas”. Mais tarde, a Lei n.º 26/2016, de 22 de agosto, com as alterações subsequentes, vem aprovar o regime de acesso à informação administrativa e ambiental e de reutilização dos documentos administrativos, transpondo a Diretiva 2003/4/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 28 de janeiro, e a Diretiva 2003/98/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de novembro. O artigo 2.º desta Lei constitui o princípio da administração aberta e é especialmente relevante para este estudo porque define que “a informação pública relevante para garantir a transparência da atividade administrativa, designadamente a relacionada com o funcionamento e controlo da atividade pública, é divulgada ativamente, de forma periódica e atualizada, pelos respetivos órgãos e entidade” e ainda que “na divulgação de informação e na disponibilização de informação para reutilização através da internet deve assegurar-se a sua compreensibilidade, o acesso livre e universal, bem como a acessibilidade, interoperabilidade, a qualidade, integridade e a autenticidade dos dados publicados”.

Integrado desde 2017 na *Open Government Partnership*, Portugal subscreveu para o próximo quadriénio aqueles que são os princípios para uma administração aberta em Portugal, de acordo com o definido no Plano de Ação Nacional de Administração Aberta 2024-2027 (Agência para a Modernização Administrativa, 2024):

- Transparência: publicação proativa de informação por parte do Governo, promovendo mecanismos para fortalecer o direito à informação;
- *Accountability*: existência de regras, regulamentos e mecanismos que convoquem os atores do Governo a justificar as suas ações e a agir de acordo com críticas e exigências, bem como a responsabilizarem-se pelos seus incumprimentos;
- Participação pública: envolvimento dos cidadãos num diálogo sobre as políticas e programas públicos, solicitando a sua contribuição e feedback para medidas mais ágeis, inovadoras e eficazes;
- Tecnologia e inovação: deve apoiar e promover os três princípios anteriores.

O conceito de participação no âmbito do Governo Aberto refere-se ao envolvimento ativo dos cidadãos e da sociedade civil nos processos de tomada de decisão, formulação de políticas e monitorização da Administração Pública. A participação é um dos seus pilares fundamentais, juntamente com a transparência e a colaboração, e visa fortalecer a democracia, aumentar a legitimidade das decisões do governo e promover uma maior confiança entre o governo e os cidadãos. Alguns dos aspetos chave do âmbito da participação no Governo Aberto são o envolvimento dos cidadãos, a coprodução de políticas públicas, a inclusão nos processos de decisão e a *accountability* mais direta e voluntária dos governos relativamente à forma como despenderam os recursos públicos (Halachmi &

Holzer, 2010; A. Meijer et al., 2012; Schillemans et al., 2013). As formas de participação são variadas e podem incluir, por exemplo, as consultas públicas, os orçamentos participativos, as plataformas e ferramentas online e a audição de grupos representativos, entre outros.

Existem alguns desafios e limitações identificados sobre o potencial da participação do cidadão no âmbito do Governo Aberto. Regra geral tem-se verificado um baixo grau de envolvimento dos cidadãos neste tipo de processos, seja por falta de interesse, desconhecimento ou desvalorização da contribuição individual para a resolução dos problemas. Outro aspeto frequentemente referido são as desigualdades no acesso à informação e às plataformas de participação (Lapa & Vieira, 2019; Polykalas, 2014). Ainda de referir que há um longo caminho de adaptação dos governos para existir uma capacidade efetiva de implementação de mecanismos que permitam a participação do cidadão.

O conceito de colaboração no âmbito do Governo Aberto refere-se à cooperação ativa entre o governo, a sociedade civil, o setor privado e outros atores sociais na criação, implementação e monitorização de políticas públicas. A colaboração é o último dos três pilares fundamentais do Governo Aberto acima referidos e promove uma governança mais inclusiva, eficiente e inovadora ao integrar diferentes perspetivas, recursos e capacidades no processo de tomada de decisões (Criado & Guevara-Gómez, 2021; Linåker & Runeson, 2020; Mergel, 2015)

Ao unir diferentes atores, desde o governo até o setor privado e a sociedade civil, a colaboração enriquece o processo de tomada de decisão e aumenta a legitimidade das políticas públicas. No entanto, para que seja eficaz, é necessário enfrentar desafios como a desigualdade de poder e a complexidade da coordenação associada. A literatura sobre casos práticos de aplicação da colaboração no âmbito do Governo Aberto aparece frequentemente como algo experimental, em pequena dimensão, deixando antever que ainda há muito a desenvolver neste tipo de processo inovador (Criado & Guevara-Gómez, 2021).

1.2. A transparência na Administração Pública

Pese embora não seja a única dimensão, a transparência é considerada o pilar essencial para alcançar os objetivos do Governo Aberto.

Identificado por alguns autores um verdadeiro axioma da administração, o conceito de transparência não é, no entanto, tão simples como aparenta. A palavra encerra significados diferentes que são um pouco contraditórios e lhe conferem um carácter equívoco (Chevallier, 1988). Na perspetiva de Luís Colaço Antunes:

(...) a transparência é suscetível de graduação: um corpo pode ser realmente transparente, isto é, límpido, pondo a nu os objetos que ele cobre, ou apenas translúcido se não permite distinguir com nitidez os objetos, ainda que seja permeável à luz; ou ainda diáfono se a luz que ele deixa filtrar não permite senão distinguir as formas dos objetos.(...) Por extensão, a transparência designará tudo o que se deixa penetrar, apreender facilmente (1790), o que pode ser visto, conhecido de todos ou ainda que deixa mostrar toda a realidade, que exprime a verdade sem a alterar. (1993, p. 10)

É a referida origem semântica da palavra transparência, nesta dualidade entre a claridade e a opacidade, que origina um sentido figurado, subjetivo e quase metafórico do conceito, de difícil apreensão, e que por esse motivo, quando aplicado à atividade administrativa é apelidado por alguns autores como um mito (Antunes, 1993; Chevallier, 1988; Fernandes, 2015).

A utilização do conceito de transparência aplicado à Administração Pública é relativamente recente, mas bastante anterior ao conceito de Governo Aberto atrás referido. Nos anos 70, perante a falência do Modelo Clássico da Administração associado a uma imagem desacreditada, desvalorizada e de segredo, o conceito de transparência surgiu como uma antítese, reforçando, no âmbito das reformas administrativas, a ideia de uma nova administração, renovada e capaz de aprofundar a sua relação com a sociedade (Antunes, 1993; Chevallier, 1988).

É assim que a percepção de consequências negativas, resultantes da manutenção do segredo no âmbito da atividade administrativa, fizeram despontar, na legislação internacional, sucessivas alterações no sentido do aumento da transparência. Impulsionadas pelos bons exemplos de outros países pioneiros nestas alterações, como a Constituição Sueca de 1766 ou o *Freedom Information Act* nos Estados Unidos da América de 1966, que preveem desde cedo o livre acesso dos cidadãos aos documentos administrativos; estas alterações foram ainda especialmente aceleradas pelo impulso da informática (Antunes, 1993). Para Jacques Chevalier (1988), o estudo etimológico do conceito que foi apropriado pela Administração Pública, no âmbito das reformas conduzidas a partir dos anos 70, acarreta três significados distintos:

- Comunicação, uma vez que no modelo tradicional a comunicação era unilateral e a transparência vem acarretar a possibilidade de o administrado dialogar com a administração através de uma via interativa, que se pauta pela reciprocidade;
- Publicidade, tendo em conta que a transparência vem submeter a administração ao princípio da publicidade, transformando a administração, como refere o autor numa “casa de vidro” (p. 253), em oposição às políticas de segredo que estão conotadas com o Absolutismo, obrigando a uma discussão pública sobre as matérias;
- Proximidade, no sentido em que a transparência vem invocar a representação de uma administração mais próxima e reconciliada com a sociedade.

Em Portugal, o direito de acesso aos arquivos e registos administrativos pelo público é consagrado através da segunda revisão constitucional em 1989. Neste processo, a Constituição da República Portuguesa, passando a integrar no n.º 2 do artigo 268.º, relativo aos direitos e garantias dos administrados, o seguinte: “os cidadãos têm também o direito de acesso aos arquivos e registos administrativos, sem prejuízo do disposto na lei em matérias relativas à segurança interna e externa, à investigação criminal e à intimidade das pessoas”. Na versão anterior, o cidadão podia ter apenas acesso a informações sobre processos em que fosse interessado, nos termos do n.º.1 do mesmo artigo 268.º. Assim, conclui Luís Colaço Antunes, “em resumo, a publicidade dos arquivos administrativos afigura-

se hoje no nosso ordenamento jurídico, por imperativo constitucional, um instrumento eficaz da transparência administrativa” (1993, p. 51).

A palavra transparência não existiu no léxico contido no Código do Procedimento Administrativo Português até ao ano de 2015. Na atual versão, Decreto-lei 4/2015, de 7 de janeiro, com as alterações subsequentes, encontra-se a menção expressa à transparência no n.º 1 do artigo 14.º, relativo aos princípios aplicáveis à administração eletrónica, e no n.º 2 do artigo 201.º, relativo aos princípios aplicáveis aos procedimentos pré-contratuais no âmbito da contratação pública.

Cuccinello et al. (2017) estudaram a transparência nos últimos 25 anos e concluíram que na literatura a transparência é invariável e otimistamente conotada com um conjunto de impactos positivos na atuação do governo, entre outros, maior *accountability*, maior confiança, menor corrupção, maior participação do cidadão. No entanto, na extensa revisão da literatura efetuada os autores verificaram que esses impactos nem sempre são tão diretos, nem tão favoráveis, como teoricamente esperado pelos investigadores. No seu trabalho Cuccinello et al (2017) concluem que existe evidência empírica da existência de uma relação positiva entre a transparência e a área da gestão financeira, mas noutros campos como o da *accountability* ou da participação concluíram existir uma mistura de conclusões.

As relações entre a transparência pretendida e o impacto prático dessa transparência são também abordados por Langella et al. (2021). Relatam os autores que mesmo no tocante à transparência financeira, a disponibilidade e acessibilidade da informação não representa a sua compreensibilidade. A compreensibilidade da informação, segundo estes, tem diretamente a ver com a sua simplicidade e clareza. Assim, separam o conceito de transparência nominal, aquela que decorre da disponibilidade e acessibilidade da informação, da transparência real, aquela que decorre da sua compreensibilidade e, conseqüentemente, do facto de ser por isso processável e verdadeiramente relevante para utilização do cidadão.

Esta perspetiva de que o mero acesso à informação nem sempre representa maior transparência e participação é também corroborada por Suzana Silva (2017):

[...] temos imensas dúvidas quanto à bondade do raciocínio silogístico em que o acesso a mais informação tem como resultado pessoas mais informadas ou que pessoas com mais informação sejam cidadãos mais comprometidos, [...] um dos postulados para o sucesso desta premissa é o de que todos os indivíduos tomam decisões a partir de escolhas racionais [...] mas que está muito distante da realidade, como as teorias comportamentais demonstram e as novas abordagens regulatórias [...] explicam. (p. 164)

Os determinantes da transparência na disponibilização de dados parecem ser, pela revisão da literatura efetuada, bastante diversificados, assim como o próprio conceito da transparência, que pela sua abrangência e complexidade se demonstra de difícil apreensão. Verifica-se igualmente que a mera disponibilização de dados em portais é, por isso, à luz da análise efetuada, insuficiente para, por si só, demonstrar a transparência na Administração Pública.

Ainda no que respeita aos determinantes da transparência, Matheus e Janssen (2020) efetuaram uma extensa revisão da literatura, identificaram os determinantes estudados na literatura e agruparam-nos em quatro grupos distintos. De acordo com o modelo proposto pelos autores desta investigação, que

denominaram a sua tese de “teoria da janela”, os aspetos que determinam a transparência na disponibilização dos dados são essencialmente relacionados com: a qualidade dos dados, a qualidade dos sistemas utilizados para disponibilizar os dados, as características organizacionais e as características dos utilizadores.

1.3. A utilização das novas tecnologias no contexto do Governo Aberto

As iniciativas relacionadas com o Governo Aberto, designadamente aquelas que assentam na necessidade de comunicação com o cidadão, conduziram muitos governos à construção e utilização de plataformas dedicadas para o efeito. A utilização das novas tecnologias pelos governos permite uma maior disponibilização e partilha de dados e informação sobre o que está a acontecer, reduzindo a assimetria de informação existente entre o governo e os cidadãos (Matheus & Janssen, 2020).

Debaixo desta ótica da utilização das novas tecnologias pelos governos, o conceito do Governo Aberto interliga-se de certa forma com o de Governo Eletrónico. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económicos (OCDE, 2003) define o Governo Eletrónico como o “uso das tecnologias de informação e comunicação, em particular a Internet, enquanto ferramenta para levar a um melhor governo” (p. 2).

Pese embora relacionados, segundo Luís Lourenço (2023), os construtos e os trabalhos sobre Governo Eletrónico raramente abordam a transparência, um dos pilares fundamentais do Governo Aberto e identifica a importância da inclusão desta perspetiva nos serviços públicos eletrónicos.

A materialização dos princípios do Governo Aberto tem sido feita em vários países essencialmente através da criação de portais dedicados à disponibilização de dados para o cidadão. Com recurso ao programa Simplex 2020/2021, o Governo Português criou o Portal Mais Transparência, através da Agência para a Modernização Administrativa. Conforme indicado no referido portal³ o objetivo da plataforma é permitir aos cidadãos o acesso “a informação disponibilizada pelo Estado de forma mais acessível, reforçando a sua relação de confiança com a Administração Pública”. Encontram-se disponibilizadas informações com carácter essencialmente orçamental/financeiro e distribuídas por quatro temáticas agregadoras – Fundos Europeus, Orçamento de Estado, Municípios, e Ação Climática, incluindo dados, gráficos e números gerais. Adicionalmente, numa lógica de usabilidade e compreensibilidade, é incluído também no portal um Glossário da Transparência que tem a descrição e explicação de nomes técnicos que possam não ser do conhecimento geral. Por último é indicado na página que o portal está em crescimento e pretende ser mais abrangente na informação que disponibilizará no futuro. São igualmente disponibilizadas as ligações para outros portais e sítios da *internet* que disponibilizam dados ao cidadão, como o portal Base.Gov, o portal Dados.Gov, e portais de transparência de áreas como a justiça e ou a saúde.

³ <https://transparencia.gov.pt/pt/sobre-o-portal/>, consultado em 1 de setembro de 2024

Pese embora a disponibilização de dados abertos seja, por si só, valiosa em termos de transparência, os objetivos do Governo Aberto vão bastante além da mera possibilidade de aceder a dados estáticos e estatísticos sobre a governação. Na prática, estes portais não permitem ao cidadão comum elevados níveis de participação ou de colaboração, apesar de se constituírem como uma base e pilar fundamental de conhecimento para que essa participação e colaboração possam vir a ocorrer no futuro (Lourenço, 2015).

Considerando a proliferação e a utilização em larga escala das redes sociais na última década, esta tem sido uma forma crescente de comunicação e interação com o cidadão, da qual os governos passaram a dispor e a utilizar com maior frequência. Segundo Marteleto (2001) uma rede é um “sistema de nodos e elos; uma estrutura sem fronteiras; uma comunidade não geográfica; um sistema de apoio ou um sistema físico que se pareça com uma árvore ou uma rede” (p. 72) e nessa sequência, define rede social como “um conjunto de participantes autônomos, unindo idéias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” (p. 72).

Fruto da expectativa de maior interação e participação permitida aos cidadãos através das redes sociais na *internet*, tem-se assistido ao crescimento exponencial da sua utilização pelos governos e encontra-se descrita como promissora para os objetivos do Governo Aberto (Bonsón et al., 2019; Mergel, 2013; Villodre, 2024). As redes sociais permitem, de uma forma mais desconstruída e simples do que um sítio oficial na internet, a criação e a partilha de conteúdos, e por outro lado, a receção de comentários, partilhas e sentimentos sobre as publicações efetuadas. Ao potenciarem a disponibilização de informação e a obtenção de respostas do cidadão, constituem-se como verdadeiras ferramentas da transparência e da abertura dos governos (Mergel, 2013).

Para compreender o impacto da utilização das redes sociais pelos governos alguns autores têm-se debruçado sobre a mensuração e avaliação complexa desses impactos, através da criação de modelos de análise da interação nas redes sociais (Bonsón et al., 2015, 2019; Bonsón & Ratkai, 2013). Os modelos de avaliação da interação no Twitter e no Facebook propostos pelos autores têm como objetivo permitir a avaliação e a comparação de métricas relacionadas com as reações dos utilizadores às publicações de conteúdos nessas redes sociais. No âmbito deste trabalho será aplicado o modelo proposto para o Facebook por Bonsón et al. (2015; 2013), o qual será detalhado no Capítulo 2.

Pese embora as elevadas expectativas existentes sobre a utilização da *internet* e das redes sociais para os objetivos do Governo Aberto, são igualmente descritos na literatura diversos limitações e desvantagens que constituem desafios. Um dos principais desafios da utilização das redes sociais pelos governos é a sua rápida mutação. As redes sociais encontram-se constantemente em expansão nas suas plataformas, funcionalidades e ferramentas, para além de implicarem exposição das publicações a grandes audiências em cada momento. Tal obriga os gestores das redes sociais dos governos a uma grande especialização na gestão dos conteúdos e das situações que podem emergir, naquilo que é referido na literatura como uma gestão multidimensional difícil e exigente, por analogia descrita como um canivete do Exército Suíço (Reischauer & Ringel, 2023).

Por outro lado, um dos principais aspetos negativos e de risco decorrentes da utilização das redes sociais pelos governos é o facto destas permitirem a difusão rápida de informação com conteúdo político ou social enviesado (Feeney & Porumbescu, 2021; Villodre, 2024). A possibilidade de manipulação da informação ou a escolha de informação de forma enviesada pode ter um efeito oposto aos objetivos do Governo Aberto, aumentando a opacidade e mascarando a atuação dos governos. A sua utilização implica, por isso, a adoção de elevados padrões éticos e de estabelecimento de confiança junto da audiência. DePaula et al. (2018) apontam ainda para que uma grande maioria da informação disponibilizada da esfera dos governos parece incidir sobre conteúdos de autopromoção, posicionamento político e marketing dos organismos públicos, não favorecendo os objetivos do Governo Aberto.

A existência de divisões digitais é outra das limitações que os governos devem ter em consideração na adoção das redes sociais para promoção do Governo Aberto. Pese embora as aplicações associadas às redes sociais sejam geralmente livres de encargos, existe a necessidade de possuir um dispositivo ligado à internet e literacia adequada para a sua utilização, o que não é algo que seja transversal a todos os cidadãos (Feeney & Porumbescu, 2021; Lapa & Vieira, 2019). Estas preocupações são obviamente igualmente aplicáveis à disponibilização de serviços eletrónicos pelos governos e implicam a necessidade de não serem esquecidas as formas de contornar estas divisões digitais para assegurar o acesso do cidadão.

1.4. A dicotomia da opacidade e estanqueidade versus a transparência e a abertura no caso da Marinha

Por via dos objetivos próprios da Defesa, existe tradicionalmente a imposição de um elevado nível de segredo nas operações e no funcionamento das estruturas. A estrutura hierárquica, o elevado nível de regulamentação e normativo, e o interesse nacional subjacente, determinam assim o que deve ou não deve ser do conhecimento público. Tradicionalmente, toda esta estrutura faz com que a organização aparente ser mais opaca e fechada do que as demais, não só por efetivamente lhe faltar transparência, mas especialmente por funcionar de uma forma diferente da sociedade.

A necessidade de justificar e fundamentar a existência de um determinado nível de Defesa perante a sociedade implica necessariamente que exista um esforço no sentido de demonstrar o que se faz e os recursos despendidos nesse objetivo. Acresce ainda que, com a evolução legal e a exigência da sociedade, apenas o que é efetivamente segredo é aceite sem restrições, exigindo-se transparência e *accountability* (Klaus, 2016). Ainda assim, existem diversas situações em que se continua a verificar a utilização do argumento do segredo na Defesa, à medida que se prosseguem iniciativas de transparência, administração aberta e participação cívica (Ericson & Wester, 2022; Klaus, 2016).

Ainda que fosse possível adotar um grau de transparência significativo na Defesa, coexistem outros paradigmas associados aos bens públicos produzidos neste âmbito que tornam esta realidade especialmente complexa para o cidadão. No caso da Defesa, não existem preços no mercado que permitam estabelecer um paralelo ou uma referência para determinar o correto valor do que deve ser despendido e produzido (Carter et al., 2021; Hartley, 2010). Tratam-se de bens ou serviços que não encontram concorrência no mercado e que, por isso, constituem monopólios naturais. Na produção deste tipo de bens públicos existe conseqüentemente um problema de valorização do que é produzido, o que dificulta a compreensão pelo cidadão da despesa pública associada, em prejuízo do processo de abertura e transparência.

Para além das dificuldades de valorização da Defesa, existe um outro paradigma frequentemente designado por problema da boleia. Este problema, muito estudado em termos económicos, explica que, nos bens públicos que servem interesses comuns, como a Defesa, o valor da utilidade que é retirada desse bem é subestimada com o intuito de permitir uma contribuição menor por parte de quem a demonstra. Este problema verifica-se ao nível dos cidadãos, dos governos e até dentro das alianças militares, como na Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN), em que os atores identificam precisar de menos defesa do que na prática desejariam, de modo a reduzir os encargos globais dessa despesa (Fuhrmann, 2020). Deste problema deriva, mais uma vez, que também não é fácil estimar qual seria o nível ótimo de defesa a ser produzida para um determinado país e qual o orçamento a afetar a esse objetivo (Paulo & Queirós, 2005; Queirós, 2017; Torres, 2020). Neste sentido, refere Keith Hartley em *The Case for Defence* (2010):

There are major problems in measuring and valuing the output of defence spending. Ultimately, a nation's taxpayers and voters have to determine how highly they value the benefits of defence spending reflected in their willingness to pay for defence. In practice, these decisions are made on behalf of voters by agents in defence markets with voters expressing their opinions at elections. (p. 424)

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, o crescimento da industrialização e o apogeu do Estado Social, foi necessário realocar recursos financeiros que anteriormente eram utilizados na guerra e manutenção da paz para outras áreas com importância e dimensão crescente, de cariz social, beneficiando de um efeito económico previsto que é designado por Dividendo de Paz ou *Peace Dividend* (Knight et al., 1995). Por outro lado, a pressão social, agravada pelo problema da boleia, precipita a decisões de desinvestimento militar para financiar soluções sociais. *Guns versus Butter* ou Armas versus Manteiga, é a designação comum deste dilema na qual os governos são compelidos a alocar verbas em “manteiga” para a sociedade, que reúne maior consenso social, em detrimento de investimento militar (Carter et al., 2021; Williams, 2019).

O segredo tem vindo a ser submetido a um grande escrutínio em muitos países, com especial destaque para os Estados Unidos da América (Congressional Research Service, 2022). A gestão do segredo, a seleção do que é efetivamente segredo e a manutenção ou não de determinados assuntos fora da esfera do conhecimento público tem sido muito questionada ao longo das últimas décadas (Stiglitz,

1999); em geral, contribuindo tendencialmente para a redução do número de matérias e assuntos remetidos para este regime (Boudinova, 2003). Ainda assim, a forma diferente de operação das Forças Armadas, a dificuldade em distinguir o que pode e não pode ser partilhado em cada momento nos diversos níveis da organização, acarretam um secretismo natural nestas organizações, o qual é difícil de superar mesmo em termos de desenvolvimento de estudos e investigação neste domínio (Ericson & Wester, 2022).

Para além da lei que define o regime do segredo de Estado em Portugal, encontra-se designada uma Entidade Fiscalizadora do Segredo de Estado, constituída através da Lei Orgânica 3/2014, de 6 de agosto, que vela pelo cumprimento da lei, especialmente em matéria de direitos, liberdades e garantias dos cidadãos. Existem outros instrumentos menos restritivos para classificação de documentos em Portugal, designadamente um conjunto de normas publicadas através de Resolução de Conselho de Ministros e que regulam as instruções para a segurança nacional e salvaguarda das matérias classificadas, designadamente:

- Instruções para a segurança nacional, salvaguarda e defesa das matérias classificadas - SEGNAC 1, 1988;
- Normas para a segurança nacional e salvaguarda e defesa das matérias classificadas, segurança industrial, tecnológica e de investigação - SEGNAC 2, 1989;
- Instruções para a segurança nacional – segurança das telecomunicações - SEGNAC 3, 1994;
- Normas para a segurança nacional e salvaguarda e defesa das matérias classificadas segurança informática - SEGNAC 4, 1990.

A supervisão das matérias incluídas ao abrigo destes regimes é da competência da Autoridade Nacional de Segurança. Segundo o Coronel Baía Afonso (Afonso, 2011) continua a faltar o enquadramento jurídico que permita que estas normas passem a ter o carácter de lei da Assembleia da República, o qual estabeleça os seus princípios gerais, indo simultaneamente ao encontro das recomendações e procedimentos em uso no âmbito internacional, quer da OTAN quer de outras entidades no âmbito da União Europeia.

O Capitão-de-mar-e-guerra Manuel Canané (2017) avaliou a forma como a *accountability* se encontra estruturada no âmbito do ciclo de gestão das Forças Armadas e identifica alguns aspetos que poderiam ser melhorados no sentido de aumentar a transparência e a informação pública ao cidadão. Entre outros aspetos, refere como linhas de ação a disponibilização de informação com carácter financeiro na *internet*, a preparação de informação compreensível para o cidadão e a disponibilização de um canal para colocação de questões, propondo a linha de ação 23 que se apresenta na Figura 1.4.1.

Linha de ação 23

Impacto nos princípios: prestação de contas e transparência

Promover a divulgação de atividades e missões das FFAA nos sítios oficiais da *Internet* e nas redes sociais, nomeadamente, as de maior visibilidade, como as missões de busca e salvamento, de transporte de órgãos, de defesa do espaço aéreo e marítimo, no combate a incêndios, no combate ao narcotráfico e ao material contrafeito, às missões internacionais de combate à pirataria, à criminalidade organizada, à cooperação com as universidades no âmbito do desenvolvimento científico, etc.

Racional – Contribuir para que o cidadão conheça e compreenda o contexto da DN e das FFAA e compreenda de que forma é obtido o retorno que é gerado pelos seus impostos.

Figura 1.4.1. - Linha de ação 23 para fortalecer a accountability da Defesa Nacional proposto por Canané.
Fonte: Canané, 2017, p. 35.

Numa ótica de Governo Aberto, identificou-se a existência do Portal de Dados Abertos da Defesa com uma área bastante completa destinada à divulgação de dados⁴. Nessa página são explicitados os objetivos: “O portal de dados abertos da Defesa Nacional é uma plataforma de acesso, livre e gratuito, a dados do universo da Defesa, com o objetivo de envolver todos os cidadãos e potenciar o desenvolvimento de novos projetos e investigações. Consulte, utilize e reutilize dados, e partilhe connosco as suas ideias e projetos”. Os dados disponibilizados são bastante variados, encontram-se estruturados em categorias, incluem gráficos temáticos, incidindo em áreas como o orçamento, os recursos humanos, as missões e o ambiente. São igualmente disponibilizados no Portal da Defesa os anuários estatísticos da Defesa Nacional, os quais incluem informação estatística muito diversificada e completa sobre as Forças Armadas, o orçamento, os meios, as missões, entre outros⁵. Em qualquer dos casos, os dados são disponibilizados de acordo com sequências temporais que terminam no ano de 2020.

No que concerne à presença da Marinha na *internet*, o sítio oficial⁶ apresenta informação completa sobre os meios, a caracterização da missão, informação legal, serviços e contactos. A área de contactos permite efetuar a submissão de questões ou pedidos, e dispõe igualmente de um canal de denúncia. O separador Institucional, conforme Figura 1.4.2., dá acesso a um conjunto de páginas com informação cuja disponibilização decorre essencialmente da lei e de aspetos relacionados com a prestação de contas das atividades da organização. Destacam-se igualmente a existência de páginas relacionadas com aspetos éticos da organização, designadamente com a disponibilização do Código de Conduta, do Código de Boa Conduta para a Prevenção e Combate ao Assédio e do Plano de Prevenção de Riscos de Corrupção e Infrações Conexas. Foi incluída uma breve caracterização da Marinha e da sua missão no Anexo B.

⁴ <https://dadosabertos.defesa.gov.pt/pt/Paginas/Homepage.aspx>, consultado em 17/08/2024

⁵ <https://www.defesa.gov.pt/pt/defesa/dn/edn/Paginas/default.aspx>, consultado em 17/08/2024

⁶ <https://www.marinha.pt/pt>, consultado em 13/10/2024



Figura 1.4.2. - Aspeto da cascata do separador Institucional do sítio oficial da Marinha. Fonte: <https://www.marinha.pt/pt/informacao-instituicional/info-legal/Paginas/default.aspx>, consultado em 17/08/2024

Na página da Informação Legal do sítio oficial pode ler-se⁷: “De modo a manter-se relevante, justificando o investimento público na defesa e a sua utilidade perante os cidadãos, em total abertura à sociedade civil, a Marinha torna pública diversa informação de carácter institucional, e as linhas orientadoras que a definem.”

Nos termos da Lei 26/2016, de 22 de agosto, na sua redação atual, para concretização do Princípio da Administração Aberta previsto no n.º 2 do art.º 2º, os órgãos devem assegurar que “a informação pública relevante para garantir a transparência da atividade administrativa, designadamente a relacionada com o funcionamento e controlo da atividade pública, é divulgada ativamente, de forma periódica e atualizada, pelos respetivos órgãos e entidades”. A concretização desse princípio materializa-se especialmente nos seguintes aspetos a disponibilizar de forma periódica (alínea c) do art.º 10.º da mesma Lei):

- a. Planos de atividades, orçamentos, relatórios de atividades e contas, balanço social e outros instrumentos de gestão similares;
- b. Composição dos seus órgãos de direção e fiscalização, organograma ou outro modelo de orgânica interna;
- c. Todos os documentos, designadamente despachos normativos internos, circulares e orientações, que comportem enquadramento estratégico da atividade administrativa;
- d. A enunciação de todos os documentos que comportem interpretação generalizadora de direito positivo ou descrição genérica de procedimento administrativo, mencionando designadamente o seu título, matéria, data, origem e local onde podem ser consultados.

De igual forma, prevê-se ainda a disponibilização ativa de matérias relativas ao ambiente pelos respetivos órgãos e entidades, nos termos do art.º 11 da mesma Lei.

Verifica-se a disponibilização atualizada de muita documentação legal e enquadradora da atividade da Marinha no sítio oficial da internet, conforme Quadro 1.4.1., no entanto, parecem existir documentos que carecem de alguma melhoria. Conforme refere Canané (2017), um dos aspetos que precisa de ser

⁷ <https://www.marinha.pt/pt/informacao-instituicional/info-legal/Paginas/default.aspx>, consultado em 17/08/2024

melhorado nas Forças Armadas é a garantia da disponibilização dos planos e relatórios de atividades atualizados através da internet. Pese embora a Marinha indique de que forma a informação pode ser requerida a pedido, o facto de não ser dado cumprimento exato ao previsto na Lei 26/2016, de 22 de agosto, pode prejudicar o cumprimento do princípio da administração aberta. Ainda assim, realçar que alguma informação sobre a utilização de recursos orçamentais e missões encontra-se incluída nos relatórios do Portal de Dados Abertos da Defesa, sendo que a ligação a este portal a partir do sítio oficial da Marinha poderia ser um aspeto a melhorar.

Quadro 1.4.1.- Análise da informação pública no sítio oficial da internet da Marinha à luz da Lei 26/2016 de 22 de agosto

Tipo de informação	Observações sobre os documentos disponíveis
Plano de Atividades	<ul style="list-style-type: none"> • Não disponível no sítio; disponível a pedido, através de e-mail indicado
Orçamento	<ul style="list-style-type: none"> • Informação orçamental sobre os projetos co-financiados
Relatório de Atividades	<ul style="list-style-type: none"> • Não disponível no sítio
Contas	<ul style="list-style-type: none"> • Declaração de Pagamentos em Atraso • Declaração de Recebimentos em Atraso • Declaração de Compromissos Plurianuais • Certidão da Situação Tributária da Autoridade Tributária e Aduaneira • Certidão da Situação Contributiva da Segurança Social
Balço Social	<ul style="list-style-type: none"> • Disponível a informação relativa ao Pessoal Civil da Marinha
Outros similares	<ul style="list-style-type: none"> • Ligação para o a Plataforma de Contratação onde decorrem os procedimentos de contratação pública da Marinha – ACINGOV • Ligação para o Portal Base onde estão publicitados os contratos do Estado e da Marinha – base.Gov
Composição dos órgãos, organograma	<ul style="list-style-type: none"> • Organograma, incluindo descrição da forma de funcionamento e missão • Descrição dos meios
Normativo, circulares e orientações que comportem enquadramento estratégico da atividade administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Plano de Gestão de Riscos e Infrações Conexas • Relatório de Execução do Plano de Gestão de Riscos do Ano Anterior • Código de Conduta • Código de Boa Conduta para a Prevenção e Combate ao Assédio • Aplicação do Regulamento Geral sobre Proteção de Dados e pontos de contacto
A enunciação de todos os documentos que comportem interpretação generalizadora de direito positivo ou descrição genérica de procedimento administrativo.	<ul style="list-style-type: none"> • Formulário de contactos com assuntos padronizados • Canal de Denúncia • Páginas de recrutamento com indicações sobre os concursos a decorrer na Escola Naval, Estágios e Recrutamento • Página com Avisos e Editais
Divulgação ativa de informação relativa ao ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Página sobre a política de segurança e saúde no trabalho e ambiente da Marinha

Fonte: *Elaboração própria com recurso à análise do sítio oficial da internet www.marinha.pt, consultado em 10 de setembro de 2024*

O sítio oficial da *internet* da Marinha remete ainda para as suas páginas nas redes sociais. Atualmente a Marinha é detentora de perfis no Facebook, no Instagram, no X (anterior Twitter), no Youtube e no LinkedIn. Na data de recolha dos dados para a elaboração deste trabalho a Marinha ainda não era utilizadora do LinkedIn, tendo iniciado a sua utilização em 1 de fevereiro de 2023, pelo que esta rede social não foi considerada na análise. A Marinha publica voluntária e ativamente conteúdos nas várias redes sociais, as quais chegam a vários milhares de seguidores várias vezes por dia, conforme análise que será apresentada nos capítulos seguintes, num esforço significativo de divulgação das suas atividades e do cumprimento das suas missões.

Metodologia do Estudo de Caso

2.1. Modelo de análise e estratégia de investigação

O modelo de análise adotado, com base na revisão da literatura, encontra-se esquematizado na Figura 2.1.1.. Por um lado, encontram-se identificados os problemas e as questões mais prementes associadas à realidade específica dos bens produzidos pela Defesa e pela Marinha e, por outro, encontram-se os desafios e as questões associadas à utilização das redes sociais e *internet* para a promoção da transparência e administração aberta na Marinha. Ao centro, a questão de investigação enquadrada no estudo de caso da Marinha. A questão central e as questões derivadas, bem como os objetivos propostos para cada uma delas, encontram-se explicitados na Figura 2.1.2..

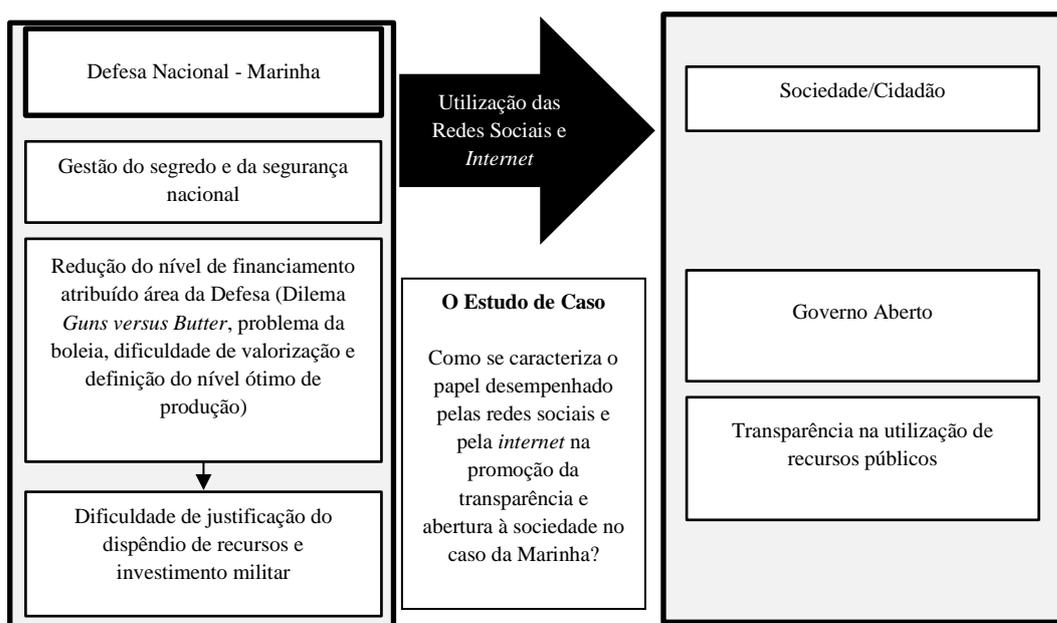


Figura 2.1.1. – Modelo de análise da investigação. Fonte: Autoria própria, 2023

De modo a concretizar os objetivos e conseguir responder à questão central associada ao problema de investigação identificado, considerou-se que o desenho de pesquisa e estratégia mais adequada será desenvolver um estudo do caso com caráter exploratório, em que a unidade de observação é o objeto de estudo, a Marinha. Na prática pretende-se estudar um fenómeno previamente identificado e detalhado noutros âmbitos, indagando sobre a sua aplicação na unidade de análise.

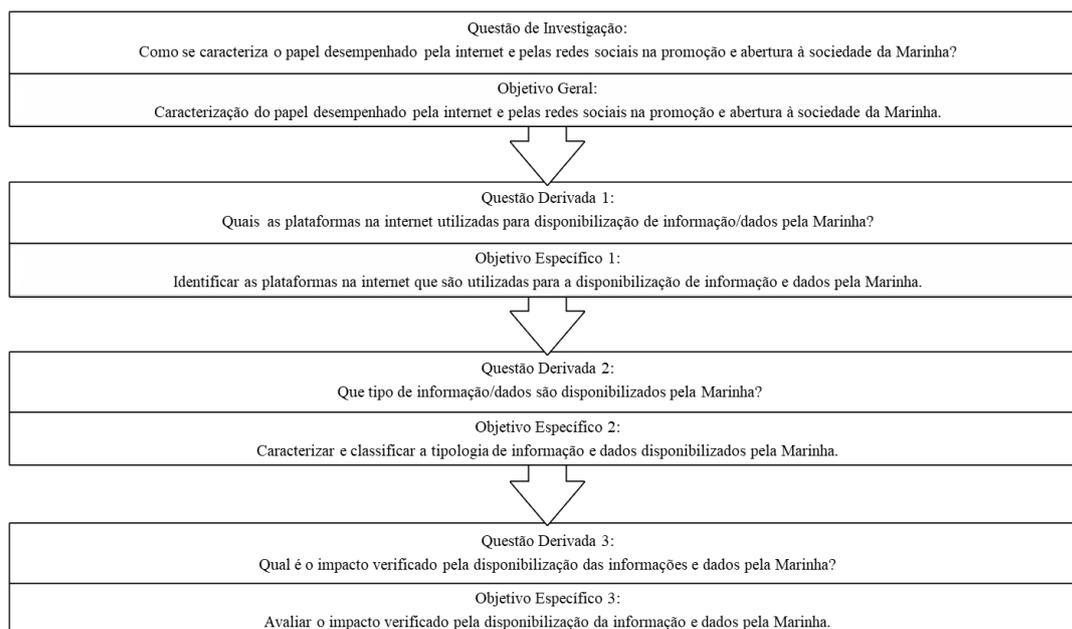


Figura 2.1.2. – Modelo de análise da investigação – questões e objetivos. Fonte: Autoria própria, 2023.

Face ao tipo de realidade que se pretende apreender e perspectiva de análise assumiu-se uma estratégia de investigação essencialmente qualitativa com base num raciocínio dedutivo. Pese embora o grau de intervenção da investigadora no próprio estudo seja reduzido, por não existir influência direta, importa salientar que, pertencendo à Marinha, existe um conhecimento prévio alargado da organização, o qual acaba por constituir uma base de conhecimento empírico de onde deriva a própria questão central e de onde emerge o estudo de caso.

O estudo de caso tem sido amplamente utilizado em vários domínios científicos, envolvendo uma abordagem empírica em que se investiga um fenómeno no seu contexto real; em que os limites do contexto e dos fenómenos em análise não são claros; e em que são usadas muitas fontes de dados (Carmo & Ferreira, 1998). Yin (2001) salienta ainda que o estudo de caso é especialmente adequado a perguntas do tipo “Como” ou “Porquê”, como é a questão central proposta para este trabalho. Ainda de acordo com o mesmo autor, este estudo classificou-se como um caso de estudo holístico, por integrar uma unidade de análise de forma integral, e simples por se dedicar a estudar um único objeto/caso.

Um dos aspetos que poderia ser equacionado para a presente investigação seria a possibilidade de fazer múltiplos estudos de caso dentro do caso, em concreto, no âmbito da Defesa Nacional, avaliando, por exemplo, este mesmo contexto em várias realidades distintas em simultâneo. Não obstante essa linha de análise poder ser válida e interessante, a opção por um estudo de caso simples deveu-se à profundidade que se pretende obter na análise, ao facto de a discente se encontrar dentro da realidade da Marinha, sobre a qual é mais conhecedora, e, especialmente, às limitações temporais impostas para a realização da dissertação.

Ainda sobre a escolha do desenho de pesquisa do tipo estudo de caso, um dos aspetos a assegurar será o de aferir sobre a sua validade, a qual tem sido por vezes questionada. Importa por isso garantir a

existência de validade interna e, por outro lado, fiabilidade. A validade interna diz respeito à correspondência entre os resultados e a realidade e a fiabilidade que diz respeito à obtenção de resultados semelhantes caso o estudo fosse repetido (Carmo & Ferreira, 1998). Neste âmbito, pretende-se aumentar a validade interna através da triangulação entre vários métodos e fontes de recolha de dados – análise documental, observação de páginas da *internet* e redes sociais e entrevista - e a fiabilidade será assegurada através da explicitação clara de todo o processo e opções metodológicas adotadas. Face às dificuldades de generalização das conclusões normalmente associadas a um estudo de caso (Yin, 2001), identifica-se esta limitação própria da opção metodológica adotada, especialmente porque o intervalo temporal associado e profundidade da investigação não o permitiriam.

Ainda no que concerne à estratégia de investigação, utilizaram-se métodos essencialmente qualitativos que visam a melhor caracterização da realidade que se pretende apreender.

2.2. Técnicas de recolha e análise de dados

A recolha de dados é uma fase crucial do processo de investigação porquanto a utilização das técnicas adequadas melhoram a qualidade e valor do estudo (Sekaran, 2002). Conforme já foi referido, a estruturação e a existência de várias técnicas de recolha de dados em simultâneo é essencial para assegurar a validade interna do estudo de caso, conforme preconizado por Yin (2001).

A recolha de dados assentou, numa primeira fase, na análise documental do sítio na *internet* e das redes sociais da Marinha. A recolha de dados foi efetuada através do Serviço de Comunicação, Informação e Relações Públicas para as redes sociais e da Direção de Análise e Gestão da Informação para o sítio da Marinha, assegurando-se desta forma a maior validade deste processo. Os dados disponibilizados encontram-se sintetizados no Quadro 2.2.1..

Quadro 2.2.1. – Resumo da recolha de dados nas plataforma

Plataformas	Endereço	Dados disponibilizados
Sítio da Internet	www.marinha.pt	Nome da página e visualizações de páginas no sítio – número e tempo, entre 2019 e 2022
Facebook	https://www.facebook.com/MarinhaPortuguesa	Número de seguidores, publicações e dados associados (gostos, comentários, partilhas, entre outros), entre 2019 e 2022
Twitter	https://x.com/marinhapt	Número de seguidores
Instagram	https://www.instagram.com/marinhaportuguesa/	Número de seguidores
Youtube	https://www.youtube.com/@MarinhaPortuguesa	Não avaliado
LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/marinha-portuguesa/	Perfil criado em 1 de fevereiro de 2023, após fase de recolha de dados. Não avaliado

Fonte: Autoria própria, 2024.

A análise do número de seguidores das redes sociais utilizadas pela Marinha foi um dos primeiros dados estudados. A Marinha é também utilizadora de um canal no Youtube, no entanto, a

disponibilização de vídeos é pontual e o número de inscritos no canal reduzida, paralelamente não reúne o mesmo tipo de facilidades de interação que as restantes redes sociais, pelo que foi excluído da análise. Considerando a grande diferença no número de pessoas alcançadas pelas três redes sociais conforme Figura 2.2.1, a facilidade de extração dos dados pela Marinha e que a informação disponibilizada nas várias plataformas é muito semelhante, foi acordada a disponibilização dos dados do Facebook. Esta opção teve também como fundamento o facto de se pretender aplicar um modelo semelhante ao proposto por Bonsón et al. (2015) para avaliação dos índices de interação da página, conforme será explicitado mais à frente.

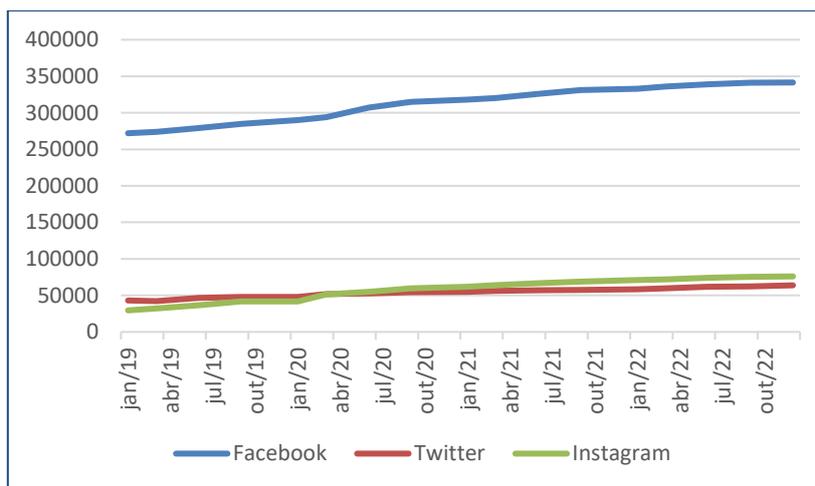


Figura 2.2.1. – Gráfico da evolução do número de seguidores da Marinha entre 2019 e 2022. Fonte: Marinha, 2023.

Os dados do sítio da *internet* foram recolhidos através do *Google Analytics*, tendo sido extraídas e disponibilizadas pela Direção de Análise e Gestão da Informação, designadamente com a desagregação do conteúdo, das visualizações e do tempo de permanência total em cada uma das páginas, entre os anos de 2019 e 2022.

As publicações do sítio da *internet* e do Facebook da Marinha foram analisadas com recurso à análise de conteúdo utilizando um processo de codificação (Bryman, 2012). O processo de codificação consiste na criação de categorias de conteúdo que devem ser tão identificáveis e independentes quanto possível. O conteúdo em análise deve depois ser identificado dentro das categorias definidas, de acordo com o mapa de codificação definido. Segundo Bardin (1977), “a codificação corresponde a uma transformação – efetuada segundo regras precisas – dos dados brutos do texto, transformação esta que, por recorte, agregação e enumeração, permite atingir uma representação do conteúdo, ou da sua expressão, suscetível de esclarecer o analista acerca das características do texto, que podem servir de índices (...)” (p. 103).

Para a análise qualitativa do conteúdo das publicações, os dados retirados foram preparados com a respetiva organização por anos, meses, e por ordem cronológica de publicação. Posteriormente, foi efetuada uma leitura e análise geral e preliminar dos conteúdos para familiarização e obtenção de uma visão abrangente do universo das publicações identificado. O processo de codificação foi iniciado com uma avaliação global dos dados e a sua preparação para serem identificados em categorias relacionadas

com o conteúdo e temática da publicação. De modo a serem construídas boas categorias tentou-se assegurar que as mesmas respeitavam as seguintes qualidades (Bardin, 1977): exclusão mútua, homogeneidade, pertinência, objetividade e fidelidade. Com base nestes pressupostos, foi criada um mapa de códigos do tipo temático que permitisse agrupar a tipologia de publicações em categorias, em função de palavras e títulos chave, mas também em função do conteúdo global da publicação. O processo de análise foi reiterado de modo a assegurar conclusões com o maior rigor e fiabilidade possíveis. A Lista de Códigos criados e utilizado na codificação para o sítio da *internet* e para o Facebook, encontram-se no Quadro 2.2.1.2 e no Quadro 2.2.2.1., respetivamente.

A triangulação da codificação atribuída por verificação de outros investigadores teria sido uma possibilidade a explorar para assegurar uma menor subjetividade na atribuição das categorias e uma maior validade das conclusões. Não obstante ter sido considerada essa possibilidade, considerando as limitações próprias do tipo de estudo, designadamente o intervalo temporal definido para a sua conclusão, o grande volume de dados e o facto de não existirem outros investigadores em simultâneo com interesse no tema e conhecimento significativo das atividades da Marinha, optou-se por não prosseguir essa linha de ação. Ainda assim, pese embora o processo de codificação seja revestido de alguma subjetividade, especialmente quando considerada a utilização de palavras-chave *per si*, a obtenção de maior validade foi neste caso assegurada pela leitura integral do conteúdo da publicação e não apenas pela análise das palavras-chave de forma automatizada, o que permitiu igualmente resolver situações mais dúbias que surgiram pontualmente na análise.

No decurso da revisão da literatura, os trabalhos de Bonsón e Ratkay (2013) e Bonsón et. al (2015) revelaram-se especialmente interessantes na avaliação de impactos da utilização do Facebook pelos governos, na perspetiva de compreender os impactos da disponibilização da informação nos seguidores das páginas, permitindo a sua análise em termos quantitativos e a comparação entre diferentes tipos de categorias, tipologias ou formas de disponibilização da informação. Nesse sentido, o modelo proposto, conforme detalhado mais à frente foi aplicado na análise dos impactos entre as diferentes categorias de conteúdo.

Os dados foram trabalhados dentro das categorias com recurso aos programas Microsoft Excel e Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), versão 29 para Windows, de modo a obter os resultados dos impactos verificados pela publicação dos conteúdos em cada uma das categorias, no global e por ano de análise. A significância estatística das diferenças entre categorias de observações foi mensurada através da realização do Teste de Kruskal-Wallis, um teste não paramétrico para comparação as distribuições de duas ou mais variáveis ordinais observadas em duas ou mais amostras independentes (Marôco, 2011).

Para o presente estudo de caso foi, por último, estruturado um guião de entrevista que foi conduzido junto do Chefe do Estado-Maior da Armada, Almirante Henrique Eduardo Passaláqua de Gouveia e Melo por ser o responsável máximo da organização, conforme Anexo A. O objetivo da entrevista foi identificar a perceção existente sobre o tema deste trabalho e sobre os pilares da administração aberta,

considerando como enquadramento para a mesma os objetivos definidos pelo Plano de Ação Nacional de Administração Aberta 2024-2027 (Agência para a Modernização Administrativa, 2024).

O guião da entrevista foi desenhado de forma semi-estruturada (Bryman, 2012; Rubin & Rubin, 2012) para permitir alguma flexibilidade na resposta e na condução das questões em função do domínio do tema, permitindo uma abordagem exploratória produtiva para a contextualização dos processos em que a Marinha disponibiliza dados.

A entrevista do tipo semiestruturado foi conduzida no dia 22 de abril de 2024, tendo sido gravada para posterior transcrição e análise de conteúdo. O entrevistado concedeu o seu consentimento informado para a utilização dos dados recolhidos de acordo com o modelo aprovado do ISCTE. O guião visou apreender as perspetivas existentes sobre a forma como a Marinha utiliza a *internet* e as redes sociais para promover a transparência e a abertura à sociedade. Os dados recolhidos foram tratados com recurso à análise de conteúdo, em especial no que concerne ao cruzamento entre as temáticas percecionadas como mais relevantes para os objetivos do Governo Aberto e aos impactos mais relevantes dessas categorias de publicações.

2.2.1. Recolha e análise dos dados do sítio oficial da Marinha na *internet*

Para o modelo de análise foi avaliado o sítio oficial da Marinha na *internet* com as suas páginas. Conforme já referido, através do *Google Analytics*, foram extraídas com o apoio da Direção de Análise e Gestão da Informação as visualizações e o tempo de permanência em cada uma das páginas entre os anos de 2019 e 2022. Constatou-se assim a existência de 1396 páginas, sendo que muitas destas apenas foram exibidas temporariamente, dentro de algum dos períodos da análise. Verificou-se igualmente a existência de muitas páginas com escassas visualizações. Assim, foram selecionadas para análise de conteúdo todas as páginas que apresentaram um mínimo de 1500 visualizações, para uma amostra de 173 páginas que corresponde a 12,4% do total de páginas e engloba 88,3% do total de visualizações entre 2019 e 2022, considerando a pouca expressão das visualizações observadas nos intervalos inferiores a 1500 páginas e também as limitações temporais existentes para a análise, conforme Quadro 2.2.1.1..

Quadro 2.2.1.1. – Análise do sítio da Marinha – Visualizações por página entre 2019 e 2022

Intervalos de Número Total Visualizações por página	Número de Páginas	Percentagem do total de páginas	Total de visualizações do intervalo	Percentagem do total de visualizações dentro do intervalo
Entre 0 e 99	180	12,9%	15.381	0,5 %
Entre 100 e 499	876	62,7%	174.878	6 %
Entre 500 e 999	107	7,7%	75.669	2,6 %
Entre 1.000 e 1.499	60	4,3%	75.348	2,6 %
Acima de 1.500	173	12,4%	2.572.030	88,3 %
Total	1.396	100%	2.913.306	100%

Fonte: Autoria própria, 2024.

O conteúdo das páginas com mais de 1500 visualizações no intervalo entre 2019 e 2022 foram alvo de análise de conteúdo de acordo com a metodologia definida e categorizadas individualmente de acordo com a Lista de Códigos apresentada no Quadro 2.2.1.2..

Quadro 2.2.1.2. – Lista de Códigos usada para as categorias das páginas da internet

Categorias	Descrição do conteúdo da página em cada categoria
Atividades/participações civis relevantes de militares	Página com informação relativa a uma ação ou participação destacada de militares no contexto da sociedade e/ou participação geralmente individual em contexto internacional.
Colaboração com entidades civis	Página relativa a ações da Marinha em colaboração, aproximação e articulação com entidades civis, designadamente no âmbito de protocolos, projetos, ações de solidariedade, estudos, parceria, colaboração no âmbito da Proteção Civil ou do apoio à pandemia COVID-19.
Convite à participação em atividades abertas ao público	Página que contém informação relativa a ações e atividades da Marinha abertas (gratuitas ou não) ao público ou em que a participação do cidadão é permitida, designadamente em eventos públicos em que a Marinha se faz representar ou em iniciativas que a Marinha promove diretamente, incluindo, através dos seus órgãos culturais. A página contém palavras como, por exemplo, convite, acompanhe, visite, aberto, assista, presente, junte-se, aproveite.
Curiosidades/Efemérides	Página relativa a datas históricas, a datas comemorativas, datas marcantes e a curiosidades relacionadas com a Marinha.
Eventos internos	Página que dá conhecimento sobre eventos e cerimónias da Marinha que ocorrem num contexto interno e de funcionamento da organização, como sejam cerimónias de entrega de comando, de tomada de posse, juramento de bandeira, imposição de boinas, condecorações, início de cursos, visita de entidades, eventos desportivos/culturais/sociais com carácter interno.
Geral da página	Página geral de acesso ao sítio na internet ou de funcionamento da página sem conteúdo específico
Informação institucional/legal/útil	Página que contém informação oficial sobre aspetos institucionais, designadamente informação legal obrigatória, informações sobre serviços prestados, contactos e sobre políticas do sítio.
Missão e meios	Página que relata, apresenta ou descreve ações de meios e unidades da Marinha em contexto formal do desempenho de missões e tarefas no cumprimento do serviço público produzido pela Marinha, fornecendo frequentemente explicação ou dados adicionais sobre a tipologia e objetivos dos meios e da missão, estatísticas, o tempo durante o qual se prevê o empenhamento dos meios, os resultados alcançados.
Recrutamento/Concursos	Página relativa à abertura de concursos, estágios e ações que visam o recrutamento para a Marinha.

Fonte: Autoria própria, 2023.

O Teste de Kruskal-Wallis foi aplicado nas análises para avaliar se as diferenças entre categorias são estatisticamente significativas. No caso do sítio da Marinha, por motivo de existência de categorias com poucas páginas (por exemplo, entre 2019 e 2022, só existiam 2 páginas da categoria “Colaboração com entidades civis”) apenas foram incluídas no teste as categorias com 10 ou mais páginas. No caso do tempo de permanência, não foi realizado nenhum teste estatístico para comparação entre categorias por não existir nos dados o tempo de cada visualização, mas sim o tempo médio de cada página. Foi considerado um nível de significância de 5% nos testes estatísticos, ou seja, as diferenças entre categorias são consideradas estatisticamente significativas para valores de significância inferiores a 0.05 ($p < 0.05$).

A análise de dados recolhidos através do *Google Analytics* foi realizada com recurso aos programas Microsoft Excel e Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), versão 29 para Windows.

A condução da entrevista ao Chefe do Estado-Maior da Armada, de acordo com o guião em Anexo A, permitiu clarificar alguns aspetos sobre a importância do sítio da *internet* da Marinha para a organização em termos de promoção da transparência e Governo Aberto, sendo que simultaneamente permitiu obter a perceção da Marinha sobre a importância relativa das categorias de conteúdo identificadas para o objetivo da análise acima definido.

2.2.2. Recolha e análise dos dados do Facebook da Marinha

Quanto aos dados do Facebook da Marinha, os mesmos foram extraídos pelo Serviço de Comunicação, Informação e Relações Públicas através da ferramenta de exportação de dados de métricas disponibilizada pela opção de Estatísticas da Página da Meta.

Para o estudo dos dados do Facebook foram analisadas qualitativamente com recurso à análise de conteúdo com base na metodologia indicada acima 3.174 publicações entre 2019 e 2022. A lista de códigos adotada é apresentada no Quadro 2.2.2.1..

Quadro 2.2.2.1. – Lista de Códigos usada para as categorias do Facebook

Categorias	Descrição do conteúdo da publicação em cada categoria
Atividades/participações civis relevantes de militares	Publicação relativa a uma ação ou participação destacada de militares no contexto da sociedade e/ou participação, geralmente individual, em contexto internacional. A publicação, no respetivo contexto em que foi disponibilizada, contém palavras de destaque do(s) militar(es), por exemplo, medalha, conquista, campeão, conclui, destaca-se, salvou, vence, prémio.
Colaboração com entidades civis	Publicação relativa a ações da Marinha em colaboração, aproximação e articulação com entidades civis, designadamente no âmbito de protocolos, projetos, ações de solidariedade, estudos, parceria, colaboração no âmbito da Proteção Civil ou do apoio à pandemia COVID-19. A publicação, no respetivo contexto em que foi disponibilizada, contém palavras como, por exemplo, colabora, protocolo, promovem, parceria, apoio, coopera, acolhe, associa.
Convite à participação em atividades abertas ao público	Publicação relativa a ações e atividades da Marinha abertas (gratuitas ou não) ao público ou em que a participação da sociedade é promovida, designadamente em eventos públicos em que a Marinha se faz representar ou em iniciativas que a Marinha promove diretamente, incluindo, através dos seus órgãos culturais. A publicação no contexto em que foi disponibilizada contém palavras como, por exemplo, convite, acompanhe, visite, aberto, assista, presente, junte-se, aproveite.
Curiosidades/Efemérides	Publicação relativa a feitos históricos, a datas comemorativas, datas marcantes e a curiosidades relacionadas com a Marinha. Contém palavras, alusões e expressões como "sabia que?", parabéns, aniversário, celebra-se, Dia Nacional, Dia Mundial, Dia Internacional, assinala-se, curiosidade, falecimento.
Dinamização da página	Publicação com um caráter genérico, que não se integra nas restantes categorias, cuja intenção é captar a atenção, tornar a visita à publicação apelativa, muitas vezes com uma fotografia associada, tornar a página dinâmica e agradável, recorrendo frequentemente aos contextos do dia-a-dia da Marinha, a eventos de relevo que estejam a acontecer na sociedade (por exemplo, eventos desportivos), datas e épocas comemorativas não diretamente relacionadas com a Marinha nem contextos navais, e com recurso a frases de autores conhecidos, a provérbios, entre outros. Contém habitualmente expressões como Bom dia, Boa noite, Bom fim-de-semana, Boa Semana, Boas Festas, Natal, "Dia de", Páscoa, vence, seleção, Portugal.
Eventos internos	Publicação que dá conhecimento sobre eventos e cerimónias da Marinha que ocorrem num contexto interno e de funcionamento da organização, como sejam cerimónias de entrega de comando, de tomada de posse, juramento de bandeira, imposição de boinas, condecorações, início de cursos, visita de entidades, eventos desportivos/culturais/sociais com caráter interno. Contém habitualmente palavras como comando, comandante, tomada de posse, juramento, cerimónia, boina, condecorado, acompanhou, recebe, diploma.
Missões e Meios	Publicação que relata e descreve ações de meios e unidades da Marinha em contexto formal do desempenho de missões e tarefas no cumprimento do serviço público da Marinha, fornecendo frequentemente explicação ou dados adicionais sobre a tipologia e objetivos da missão, dos meios, estatísticas, o tempo durante o qual se prevê o empenhamento dos meios, os resultados alcançados. Contém frequentemente expressões como missão, participa, termina, navega, regressa, operação, treino, viagem, larga, atraca, resgata, comanda, salva, exercício, patrulha, assistência, busca, vigilância, segurança, horas de navegação, milhas.
Recrutamento/Concursos	Publicação que incentiva à participação em concursos e ações que visam o recrutamento para a Marinha. Inclui palavras como recrutamento, recruta, candidato, carreira, aberto, concurso, concorre, candidatura, descobre, recebe, Escola Naval, Fuzileiros, Praça, Oficial, Mergulhador, estágio, oportunidade, visitar.

Fonte: Autoria própria, 2023.

Foram analisados os dados relativos ao número de pessoas alcançadas, de gostos, de partilhas e de comentários das categorias, dentro dos intervalos em análise e de forma global.

Foram ainda calculados e analisados os Índices de Interação propostos no modelo de análise de páginas do governo de Bonsón e Ratkay (2013) e Bonsón et. al (2015): Popularidade, Compromisso, Viralidade e Participação, conforme Quadro 2.2.2.2.. Este modelo pretende apreender os impactos da comunicação na audiência das páginas e compreender se há uma interação com o cidadão, quantificando-a, o que permite avaliar diferenças entre categorias de conteúdo, tipos de comunicação, tipos de suporte, entre outras. Este modelo foi aplicado às publicações do Facebook da Marinha entre 2019 e 2022 para avaliação dos índices respetivos em termos globais, comparativo entre anos e comparativo entre categorias, aplicando o teste de significância de Kruskal-Wallis, como no modelo original.

Quadro 2.2.2.2. – Métricas de análise do Facebook de acordo com a metodologia proposta por Bonsón e Ratkay (2013) e Bonsón et. al (2015)

Métrica	Índice	Fórmula de cálculo	Interpretação
Popularidade	$P1$	Número de publicações com gostos/Número total de publicações	Percentagem de publicações que tiveram gostos
	$P2$	Total de gostos/Número total de publicações	Número médio de gostos por publicação
	$P3$	$(P2/\text{Número de seguidores}) \times 1000$	Número médio de gostos por publicação por 1000 seguidores
Compromisso	$C1$	Número de publicações comentadas/Número de publicações	Percentagem de publicações com comentários
	$C2$	Total de comentários/Número total de publicações	Número médio de comentários por publicação
	$C3$	$(C2/\text{Número de seguidores}) \times 1000$	Número médio de comentários por publicação por 1000 seguidores
Viralidade	$V1$	Número de publicações partilhadas/Número de publicações	Percentagem de publicações com partilhas
	$V2$	Total de partilhas/Número total de publicações	Número médio de partilhas por publicação
	$V3$	$(V2/\text{Número de seguidores}) \times 1000$	Número médio de partilhas por publicação por 1000 seguidores
Participação	E	$P3+C3+V3$	Índice de participação dos interessados

Fonte: Bonsón e Ratkay (2013) e Bonsón et. al (2015), adaptação própria (2024)

A análise de dados recolhidos através das opções de Estatística da Página da Meta foi realizada com recurso aos programas Microsoft Excel e Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), versão 29 para Windows.

A condução da entrevista ao Chefe do Estado-Maior da Armada, de acordo com o guião em Anexo A, permitiu clarificar alguns aspetos sobre a importância das redes sociais da Marinha para a organização em termos de promoção da transparência e Governo Aberto, sendo que simultaneamente permitiu obter

a percepção da Marinha sobre a importância relativa das categorias de conteúdo identificadas no Facebook para o objetivo da análise acima definido.

2.2.3. Técnica de recolha e análise dos dados da entrevista

As questões da entrevista, apresentadas no Anexo A, foram desenhadas no formato semi-estruturado. Foram elaboradas quatro questões, sendo que as duas primeiras eram mais abertas, porque permitiam abordar a percepção sobre a importância das redes sociais e do sítio oficial da *internet* para a promoção dos objetivos do Governo Aberto e sobre o tipo de conteúdos que poderiam ser mais favoráveis para este papel. As duas perguntas seguintes, permitiram fazer a apresentação das categorias identificadas e do respetivo mapa de códigos, de modo a obter uma ordenação do tipo de conteúdos percecionado com maior impacto na promoção da transparência e abertura à sociedade, para a realidade das categorias do Facebook e do sítio oficial.

A entrevista foi efetuada com recurso à gravação áudio para posterior transcrição, com consentimento informado do entrevistado, no dia 22 de abril de 2024. A entrevista foi precedida de uma explicitação dos objetivos do trabalho e de uma introdução ao tema das questões. A duração foi de aproximadamente 30 minutos.

O conteúdo da entrevista foi transcrito para maior familiarização com o conteúdo e análise posterior. Foram analisados os excertos mais relevantes em relação ao objeto de estudo e foi relacionada a informação das categorias obtidas na entrevista com a ordenação de resultados obtida nos principais resultados obtidos da quantificação das categorias, a qual será apresentada no próximo capítulo. Alguns excertos da entrevista serão usados para complementar as observações e a análise efetuada das publicações e páginas analisadas.

CAPÍTULO 3

Apresentação e Discussão dos Resultados

3.1. Apresentação e discussão dados do sítio oficial da Marinha na *internet*

Conforme referido no capítulo anterior, foram incluídos na análise do sítio os dados das 173 páginas com mais de 1500 visualizações no período de 2019 a 2022. São apresentados, no total do período 2019-2022 e em cada ano, o número total de visualizações e o número médio de visualizações por página, no total do sítio e em cada categoria. São também apresentados o tempo total de permanência no sítio e o tempo médio por visualização de página, no total do sítio e em cada categoria. Os resultados do número de visualizações são apresentados na Secção 3.1.1. e os do tempo no sítio na Secção 3.1.2..

O Teste de Kruskal-Wallis foi utilizado para comparação entre as categorias. Devido à existência de categorias com poucas páginas, por exemplo, entre 2019 e 2022, só existiam 2 páginas da categoria *Colaboração com entidades civis*, apenas foram incluídas no teste as categorias com 10 ou mais páginas. No caso da análise do tempo de permanência nas páginas, não foi realizado nenhum teste estatístico para comparação entre categorias por não existir nos dados o tempo de cada visualização, mas sim o tempo médio de cada página. Foi considerado um nível de significância de 5% nos testes estatísticos, ou seja, as diferenças entre categorias são consideradas estatisticamente significativas para valores de significância inferiores a 0.05 ($p < 0.05$).

A numeração apresentada nas Figuras e Quadros atrás da legenda do nome das categorias respeita à ordenação da importância atribuída ao papel desempenhado pela mesma, no âmbito da promoção da transparência e abertura à sociedade pela Marinha, através da percepção do Chefe do Estado-Maior da Armada, conforme entrevista realizada, e cuja discussão será efetuada no subcapítulo 3.3.. A ordenação não foi avaliada para o caso das páginas “Geral da Página” do sítio da *internet* por corresponderem a páginas de acesso ou com conteúdo pouco específico relacionadas com o funcionamento do sítio.

3.1.1. Resultados do número de visualizações

No Quadro 3.1.1.1. estão representados os resultados relativos ao número de visualizações das páginas. São apresentados os resultados globais entre 2019 e 2022, no total e por categoria. No global, o sítio da Marinha na *internet*, através das suas diversas páginas, teve um total de 2.572.030 visualizações entre 2019 e 2022. Em média, cada página do sítio teve 14.867 visualizações.

Quadro 3.1.1.1. – Resultados das categorias relativamente ao número de visualizações

Categoria	Número de páginas	Total de visualizações	Média de visualizações por página
1. Missões e meios	88	896.208	10.184
2. Recrutamento/concursos	18	107.189	5.954
3. Informação institucional/legal/útil	24	451.111	18.796
4. Atividades/participações civis relevantes de militares*	3	22.266	7.422
5. Convite à participação em atividades abertas ao público*	7	25.250	3.607
6. Colaboração com entidades civis*	2	7.823	3.911
7. Eventos internos*	4	34.379	8.594
8. Curiosidades/Efemérides	23	238.157	10.354
Geral da página*	4	789.647	197.411
TOTAL	173	2.572.030	14.867

Teste de Kruskal-Wallis $p = 0,014$

(¹) p - valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis para comparação entre categorias; *categorias não incluídas no teste devido ao número reduzido de páginas.

Fonte: Autoria própria, 2024.

O conjunto de páginas relativas à categoria *Missões e meios* foi o que teve um maior número de visualizações – as 88 páginas desta categoria tiveram um total de 896.208 visualizações, o que corresponde a cerca de 35% do total. Seguiram-se as páginas da categoria *Informação institucional/legal/útil* (24 páginas) com 451.111 visualizações, *Curiosidades/efemérides* (23 páginas) com 238.157 visualizações e *Recrutamento/concursos* (18 páginas) com 107.189 visualizações (Quadro 3.1.1.1. e Figura 3.1.1.1.).



Figura 3.1.1.1. Número total de visualizações no sítio entre 2019 e 2022, por categoria analisada.

Fonte: Autoria própria, 2024

Os resultados do Teste de Kruskal-Wallis mostram que o número de médio de visualizações depende significativamente da categoria da página ($p = 0,014$), considerando as quatro categorias com mais páginas. As páginas com *Informação institucional/legal/útil* foram as que tiveram um número médio de visualizações mais alto – em média, cada página desta categoria teve 18.796 visualizações. Seguiram-se as categorias *Curiosidades/efemérides* com 10.354 visualizações por página e *Missões e meios* com 10.184 visualizações por página (Quadro 3.1.1.1. e Figura 3.1.1.2).



Figura 3.1.1.2. Número médio de visualizações por página do sítio entre 2019 e 2022, por categoria.

Fonte: Autoria própria, 2024

No Quadro 3.1.1.2. e na Figura 3.1.1.3. são apresentados os resultados do número de visualizações de páginas no sítio em cada ano, entre 2019 e 2022.

Quadro 3.1.1.2. Visualizações de páginas no sítio – por ano, entre 2019 e 2022

Categoria	2019			2020			2021			2022		
	Nº páginas	Total Visualizações	Média por página	Nº páginas	Total Visualizações	Média por página	Nº páginas	Total Visualizações	Média por página	Nº páginas	Total Visualizações	Média por página
1. Missões e meios	76	206.698	2.720	69	205.995	2.985	76	187.109	2.462	82	296.406	3.615
2. Recrutamento/concursos	6	23.880	3.980	7	27.949	3.993	7	28.236	4.034	8	27.124	3.391
3. Informação institucional/legal/útil	22	97.810	4.446	22	93.306	4.241	24	103.028	4.293	23	156.967	6.825
4. Atividades/participações civis relevantes de militares	3	22.185	7.395	1	81	81	0	-	-	0	-	-
5. Convite à participação em atividades abertas ao público	4	9.546	2.387	3	1.412	471	3	3.524	1.175	4	10.768	2.692
6. Colaboração com entidades civis	0	-	-	1	974	974	2	2.855	1.428	2	3.994	1.997
7. Eventos internos	1	7.550	7.550	2	4.712	2.356	2	5.002	2.501	4	17.115	4.279
8. Curiosidades/Efemérides	17	43.166	2.539	18	51.569	2.865	18	65.213	3.623	22	78.209	3.555
Geral da página	3	222.153	74.051	4	188.269	47.067	4	184.591	46.148	2	194.634	97.317
TOTAL	132	632.988	4.795	127	574.267	4.522	136	579.558	4.261	147	785.217	5.342

Fonte: Autoria própria, 2024.

O número total de visualizações diminuiu de 632.988 em 2019 para 579.558 em 2021. No ano seguinte (2022) aumentou para 785.217 visualizações – ano com maior número de visualizações dos anos analisados. O número médio de visualizações teve uma evolução semelhante: após uma diminuição entre 2019 e 2021, aumentou para o valor mais alto da série temporal analisada, com 5.342 visualizações por página em 2022 (Quadro 3.1.1.2. e Figura 3.1.1.3.). Ainda que com alguma redução nos anos de 2020 e 2021, o crescimento do número total de visualizações entre 2019 e 2022 foi de aproximadamente 24%, representando um crescimento expressivo de visualizações das páginas.



Figura 3.1.1.3. Número total de visualizações e número médio de visualizações por página do sítio entre 2019 e 2022.

Fonte: Autoria Própria.

3.1.2. Resultados do tempo de permanência

Entre 2019 e 2022, os visitantes passaram um total de 77.521 horas no sítio. Em média, cada visualização de página teve uma duração de 108,5 segundos, conforme Quadro 3.1.2.1..

Quadro 3.1.2.1. Tempo no sítio – total entre 2019 e 2022.

Categoria	Número de visualizações	Tempo total (horas)	Tempo médio por visualização (segundos)
1. Missões e meios	896.208	21.584	86,7
2. Recrutamento/concursos	107.189	7.025	235,9
3. Informação institucional/legal/útil	451.111	17.848	142,4
4. Atividades/participações civis relevantes de militares	22.266	728	117,7
5. Convite à participação em atividades abertas ao público	25.25	1.084	154,6
6. Colaboração com entidades civis	7.823	549	252,7
7. Eventos internos	34.379	1.710	179,1
8. Curiosidades/Efemérides	238.157	9.936	150,2
<i>Geral da página</i>	789.647	17.055	77,8
TOTAL	2.572.030	77.521	108,5

Fonte: Autoria própria, 2024.

As páginas da categoria *Missões e meios* foram as que tiveram mais tempo de visualização – no total, os visitantes passaram 21.584 horas nas páginas com informações de missões e meios, alinhadas com os resultados relativos ao maior número de visualizações, igualmente verificado nesta categoria. Seguiram-se as páginas com a categoria *Informação institucional/legal/útil* (17.848 horas), *Curiosidades/efemérides* (9.936 horas) e *Recrutamento/Concursos* (7.025 horas) (Quadro 3.1.2.1. e Figura 3.1.2.1.).



Figura 3.1.2.1.. Tempo total no sítio entre 2019 e 2022, por categoria. Fonte: Autoria própria, 2024

As páginas com a categoria da *Colaboração com entidades civis* foram as que tiveram um maior tempo médio por visualização de página – em média, os visitantes passaram 252,7 segundos em cada visualização de página. Seguiu-se a categoria *Recrutamento/concursos* com tempo médio por visualização de página de 235,9 segundos. De destacar que as páginas com informações sobre *Missões e meios*, aquelas que reuniram maior número e tempo total de visualizações foram as que tiveram menor tempo médio por visualização por página (86,7 segundos) (Quadro 3.1.2.1. e Figura 3.1.2.2.).



Figura 3.1.2.2 Tempo médio por visualização de página do sítio entre 2019 e 2022, por categoria.
Fonte: Autoria própria, 2024

No Quadro 3.1.2.2. e na Figura 3.1.2.3. são apresentados os resultados do tempo no sítio em cada ano, entre 2019 e 2022.

Quadro 3.1.2.2. Tempo no sítio – por ano entre 2019 e 2022.

Categoria	2019			2020			2021			2022		
	Nº visualizações	Tempo total (horas)	Tempo médio por visualização em segundos	Nº visualizações	Tempo total (horas)	Tempo médio por visualização em segundos	Nº visualizações	Tempo total (horas)	Tempo médio por visualização em segundos	Nº visualizações	Tempo total (horas)	Tempo médio por visualização em segundos
1. Missões e meios	206.698	4.643	80,9	205.995	4.816	84,2	187.109	4.358	83,9	296.406	7.767	94,3
2. Recrutamento/concursos	23.880	1.430	215,6	27.949	1.752	225,7	28.236	1.998	254,7	27.124	1.845	244,9
3. Informação institucional/legal/útil	97.810	3.528	129,9	93.306	3.385	130,6	103.028	3.721	130,0	156.967	7.215	165,5
4. Atividades/participações civis relevantes de militares	22.185	725	117,6	81	3	147,4	-	-	-	-	-	-
5. Convite à participação em atividades abertas ao público	9.546	339	128,0	1.412	16	39,8	3.524	159	162,8	10.768	570	190,5
6. Colaboração com entidades civis	-	-	-	974	73	268,7	2.855	218	274,4	3.994	259	233,3
7. Eventos internos	7.550	301	143,5	4.712	192	146,6	5.002	260	186,8	17.115	958	201,5
8. Curiosidades/Efemérides	43.166	1.619	135,0	51.569	2.049	143,0	65.213	2.622	144,7	78.209	3.647	167,9
Geral da página	222.153	5.189	84,1	188.269	4.212	80,5	184.591	3.911	76,3	194.634	3.742	69,2
TOTAL	632.988	17.774	101,1	574.267	16.497	103,4	579.558	17.247	107,1	785.217	26.002	119,2

Fonte: Autoria própria, 2024

Relativamente à evolução entre 2019 e 2022, o tempo total no sítio foi de 17.774 horas em 2019, 16.497 em 2020, de 17.247 horas em 2011 e de 26.002 horas em 2022 – valor muito mais alto do que o registado nos anos anteriores. O tempo médio por visualização no sítio aumentou de forma consistente ao longo do período analisado: 101,1 segundos em 2019, 103,4 segundos em 2020, 107,1 em 2021 e

119,2 em 2022 (Quadro 3.1.2.2. e na Figura 3.1.2.3). Este resultado encontra-se alinhado com o aumento verificado no número de visualizações, dando a entender que o sítio da internet talvez se tenha tornado mais atrativo e cativante em termos de conteúdos disponibilizados.

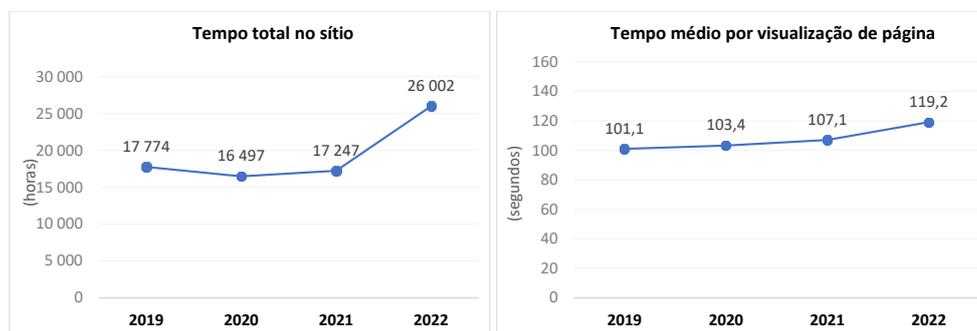


Figura 3.1.2.3 Tempo médio por visualização de página do sítio entre 2019 e 2022, por categoria, representação gráfica..
Fonte: Autoria própria, 2024

3.2. Apresentação e discussão de dados da página do Facebook

Quanto aos dados do Facebook, são apresentados o número total e o número médio de pessoas alcançadas, de gostos, de partilhas e de comentários das publicações entre 2019 e 2022, total e em cada ano. São apresentados os resultados globais e em cada categoria. São também apresentados os Índices de Interação: Popularidade, Compromisso, Viralidade e Participação de acordo com o modelo de análise proposto por Bonsón et al. (2015). Estes índices foram calculados no global e para cada categoria, em cada ano e no total do período 2019-2022. O Teste de Kruskal-Wallis foi utilizado para comparação entre as categorias.

Quadro 3.2.1. Pessoas alcançadas, gostos, partilhas e comentários no Facebook – total entre 2019 e 2022.

Categoria	Número de publicações	Pessoas alcançadas		Gostos		Partilhas		Comentários	
		Total	Média	Total	Média	Total	Média	Total	Média
1 Missão e meios	1.111	17.045.892	15.343	1.379.773	1.278	121.552	109	88.762	80
2 Recrutamento/Concursos	165	4.477.529	27.137	206.608	1.275	42.264	256	13.728	83
3 Convite à participação em atividades abertas ao público	219	6.111.830	27.908	242.787	1.173	40.357	184	16.134	74
4 Colaboração com entidades civis	221	5.332.966	24.131	313.474	1.493	43.065	195	20.612	93
5 Atividades/participações civis relevantes de militares	109	5.367.242	49.241	349.913	3.333	24.945	229	30.783	282
6 Eventos internos	341	7.680.421	22.523	575.243	1.733	43.021	126	42.424	124
7 Dinamização da página	599	14.709.180	24.556	1.112.630	1.932	112.558	188	84.241	141
8 Curiosidades/Efemérides	409	9.507.354	23.302	760.961	1.946	101.367	248	59.908	147
Total	3.174	70.232.414	22.134	4.941.389	1.613	529.129	167	356.592	112
<i>Teste de Kruskal-Wallis</i>		<i>p < 0.001</i>		<i>p < 0.001</i>		<i>p < 0.001</i>		<i>p < 0.001</i>	

(1) p - valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis para comparação entre categorias.

Fonte: Autoria própria, 2024

Entre 2019 e 2022 as 3.174 publicações analisadas do Facebook alcançaram 70.232.414 de pessoas, tiveram 4.941.389 de gostos, foram partilhadas 529.129 vezes e foram comentadas 356.592 vezes. Em média, cada publicação alcançou 22.134 pessoas, teve 1.613 gostos, foi partilhada 167 vezes e foi comentada 112 vezes (Quadro 3.2.1.).

As publicações relacionadas com a categoria *Missões e meios* foram as que alcançaram mais pessoas (17.045.892), que tiveram mais gostos (1.379.773), mais partilhas (121.552) e as mais comentadas (88.762). Seguiram-se nos quatro indicadores a categoria *Dinamização de página* (14.709.180 pessoas alcançadas, 1.112.630 gostos, 112.558 partilhas e 84.241 comentários) e a categoria *Curiosidades/efemérides* (9.507.354 pessoas alcançadas, 760.961 de gostos, 101.367 partilhas e 59.908 comentários) (Quadro 3.2.1. e Figuras 3.2.1 a 3.2.4).



Figura 3.2.1. Número total e número médio de pessoas alcançadas por publicação no Facebook, entre 2019 e 2022, por categoria. Fonte: Autoria própria, 2024.

As publicações da categoria *Atividades/participações civis relevantes de militares* destacaram-se com maior número médio de pessoas alcançadas (49.241), de gostos (3.333) e de comentários (282). Relativamente ao número médio de partilhas, destacaram-se as publicações relacionadas com a categoria de *Recrutamento/concursos* (256), *Curiosidades/efemérides* (248) e *Atividades/participações civis relevantes de militares* (229) (Quadro 3.2.1. e Figuras 3.2.1. a 3.2.4.).



Figura 3.2.2. Número total e número médio de gostos por publicação no Facebook, entre 2019 e 2022, por categoria.

Fonte: Autoria própria, 2024

Os resultados do Teste de Kruskal-Wallis mostram que o número médio de pessoas alcançadas, de gostos, de partilhas e de comentários depende significativamente da categoria da página ($p < 0,001$) (Quadro 3.2.1).

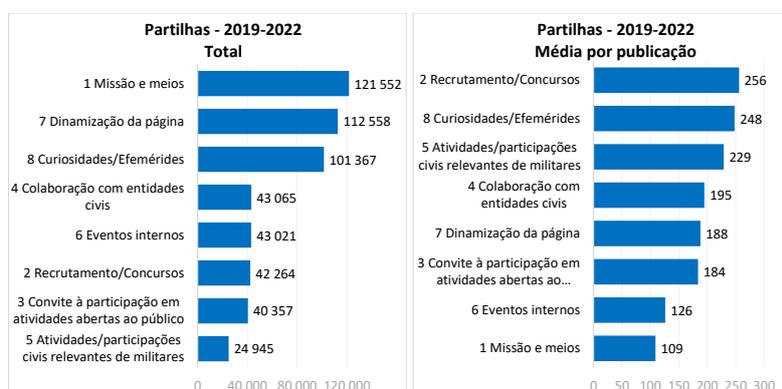


Figura 3.2.3. Número total e número médio de partilhas por publicação no Facebook, entre 2019 e 2022, por categoria.
Fonte: Autoria própria, 2024.

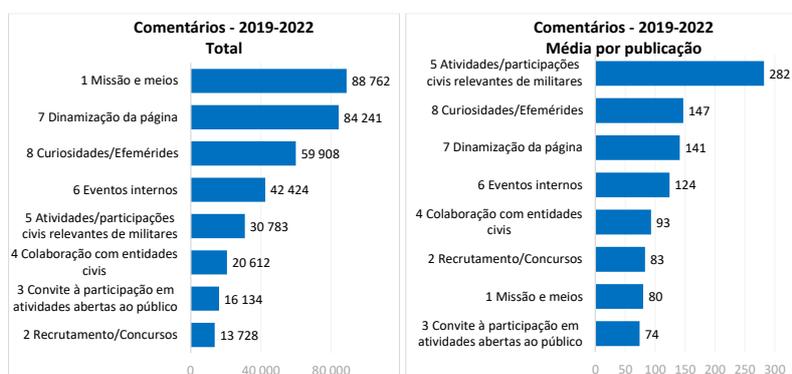


Figura 3.2.4. Número total e número médio de comentários por publicação no Facebook, entre 2019 e 2022, por categoria.
Fonte: Autoria própria, 2024.

No Quadro 3.2.2. e na Figura 3.2.5. são apresentados os resultados relativos ao número de pessoas alcançadas, de gostos, de partilhas e de comentários no Facebook em cada ano, entre 2019 e 2022. Os resultados da evolução global entre 2019 e 2022 mostram um crescimento muito expressivo tanto do número total de pessoas alcançadas, como do número médio de pessoas alcançadas por publicação: o número de pessoas alcançadas aumentou 8.5 vezes, de 3.583.745 em 2019 para 30.330.734 em 2022; o número médio de pessoas alcançadas por publicação aumentou 7.5 vezes, de 4.778 em 2019 para 35.937 em 2022.

O alcance das publicações do Facebook permite inferir que o número de visualizações de conteúdos da Marinha através desta rede social é muito superior ao do sítio oficial da internet, recordando que o total de visualizações nos quatro anos em análise para todas as páginas do sítio foi de apenas 2.913.306.

Quadro 3.2.2. Pessoas alcançadas, gostos, partilhas e comentários no Facebook – total entre 2019 e 2022

Categoria	Número de publicações	Pessoas alcançadas		Gostos		Partilhas		Comentários	
		Total	Média	Total	Média	Total	Média	Total	Média
2019 – Total	750	3.583.745	4.778	799.605	1.066	110.523	147	52.462	70
1 Missão e meios	301	912.363	3.031	261.568	869	32.088	107	15.664	52
2 Recrutamento/Concursos	24	237.666	9.903	21.759	907	7.950	331	1.446	60
3 Convite à participação em atividades abertas ao público	60	714.884	11.915	57.309	955	9.935	166	3.640	61
4 Colaboração com entidades civis	58	86.966	1.499	43.529	751	5.054	87	2.269	39
5 Atividades/participações civis relevantes de militares	41	9.694	236	66.130	1.613	7.962	194	5.341	130
6 Eventos internos	65	834.914	12.845	92.272	1.420	10.994	169	7.065	109
7 Dinamização da página	104	269.587	2.592	128.878	1.239	16.386	158	7.816	75
8 Curiosidades/Efemérides	97	517.671	5.337	128.160	1.321	20.154	208	9.221	95
2020 – Total	777	11.867.421	15.293	1.580.956	2.037	187.006	241	98.007	126
1 Missão e meios	250	1.772.799	7.091	448.141	1.793	40.574	162	28.151	113
2 Recrutamento/Concursos	31	548.053	17.679	51.298	1.655	6.569	212	2.354	76
3 Convite à participação em atividades abertas ao público	44	1.393.577	31.672	71.439	1.624	13.315	303	3.954	90
4 Colaboração com entidades civis	66	1.786.758	27.072	134.970	2.045	27.017	409	8.520	129
5 Atividades/participações civis relevantes de militares	8	60.080	7.510	15.035	1.879	1.278	160	1.115	139
6 Eventos internos	89	341.367	3.836	167.348	1.880	13.042	147	10.027	113
7 Dinamização da página	187	5.191.243	27.761	490.891	2.625	59.066	316	32.110	172
8 Curiosidades/Efemérides	102	773.544	7.659	201.834	1.998	26.145	259	11.776	117
2021 – Total	803	24.450.514	30.449	1.480.410	1.844	141.641	176	99.824	124
1 Missão e meios	310	6.459.074	20.836	396.067	1.278	29.086	94	20.881	67
2 Recrutamento/Concursos	38	812.434	21.380	64.028	1.685	16.132	425	3.974	105
3 Convite à participação em atividades abertas ao público	38	1.506.945	39.656	61.600	1.621	8.792	231	3.697	97
4 Colaboração com entidades civis	35	1.727.308	49.352	81.962	2.342	6.511	186	6.208	177
5 Atividades/participações civis relevantes de militares	32	2.924.953	91.405	164.133	5.129	11.361	355	13.481	421
6 Eventos internos	103	3.812.570	37.015	203.538	1.976	11.823	115	15.289	148
7 Dinamização da página	140	3.713.358	26.524	257.095	1.836	22.331	160	18.190	130
8 Curiosidades/Efemérides	107	3.493.872	32.653	251.987	2.355	35.605	333	18.104	169
2022 – Total	844	30.330.734	35.937	1.080.418	1.472	89.959	107	106.299	126
1 Missão e meios	250	7.901.656	31.607	273.997	1.251	19.804	79	24.066	96
2 Recrutamento/Concursos	72	2.879.376	39.991	69.523	1.008	11.613	161	5.954	83
3 Convite à participação em atividades abertas ao público	77	2.496.424	32.421	52.439	807	8.315	108	4.843	63
4 Colaboração com entidades civis	62	1.731.934	27.934	53.013	1.039	4.483	72	3.615	58
5 Atividades/participações civis relevantes de militares	28	2.372.515	84.733	104.615	4.359	4.344	155	10.846	387
6 Eventos internos	84	2.691.570	32.043	112.085	1.494	7.162	85	10.043	120
7 Dinamização da página	168	5.534.992	32.946	235.766	1.626	14.775	88	26.125	156
8 Curiosidades/Efemérides	103	4.722.267	45.847	178.980	2.081	19.463	189	20.807	202

Fonte: Autoria própria, 2024

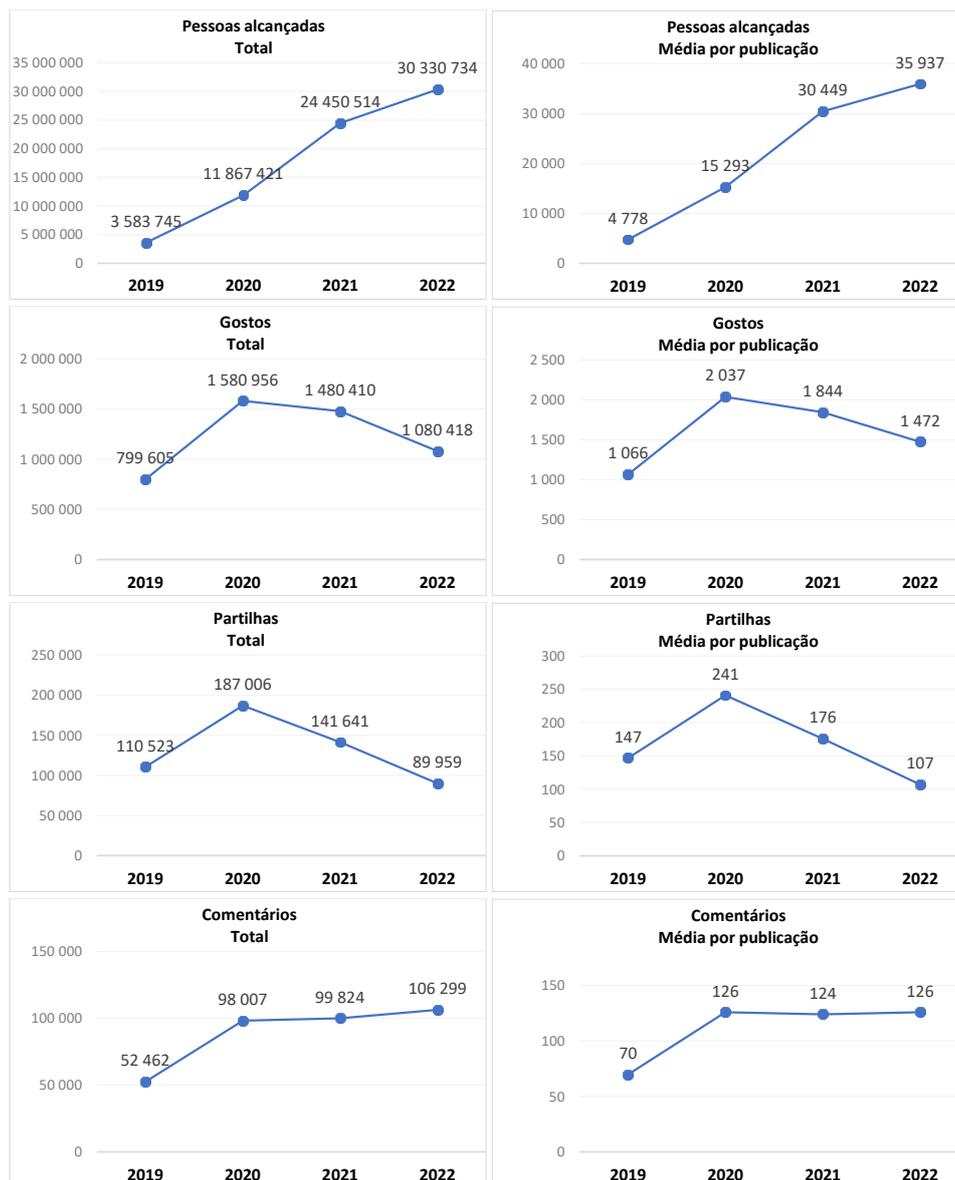


Figura 3.2.5. Número total e número médio de pessoas alcançadas, gostos, partilhas e comentários por publicação no Facebook, entre 2019 e 2022. Fonte: Autoria própria, 2024

O número total e o número médio de gostos e de partilhas aumentaram de forma expressiva entre 2019 e 2020, mas diminuíram nos anos seguintes. Relativamente aos comentários, registou-se também um aumento expressivo entre 2019 e 2020 tanto no número total (de 52.462 para 98.007) como no número médio por publicação (de 70 para 126). Nos anos seguintes, o número total de comentários continuou a aumentar (99.824 em 2021 e 106.299 em 2022) mas o número médio manteve-se estável (124 em 2021 e 126 em 2022) (Quadro 3.2.2. e na Figura 3.2.5.).

3.2.1. Índices de interação da página do Facebook

Entre 2019 e 2022, o Facebook teve um Índice de Popularidade de 5,076, um Índice de Compromisso de 0,366, um Índice de Viralidade de 0,543 e um Índice de Participação de 5,985 (Quadro 3.2.1.1.).

Quadro 3.2.1.1. Índices de interação no Facebook – global entre 2019 e 2022.

Categoria	Número de publicações	Popularidade	Compromisso	Viralidade	Participação
1 Missão e meios	1111	4,049	0,260	0,357	4,666
2 Recrutamento/Concursos	165	4,082	0,271	0,835	5,189
3 Convite à participação em atividades abertas ao público	219	3,614	0,240	0,601	4,455
4 Colaboração com entidades civis	221	4,624	0,304	0,635	5,564
5 Atividades/participações civis relevantes de militares	109	10,466	0,921	0,746	12,133
6 Eventos internos	341	5,500	0,406	0,411	6,317
7 Dinamização da página	599	6,056	0,458	0,613	7,127
8 Curiosidades/Efemérides	409	6,066	0,478	0,808	7,351
Total	3174	5,076	0,366	0,543	5,985

Teste de Kruskal-Wallis $p = 0,150$ $p = 0,015$ $p = 0,199$ $p = 0,129$

⁽¹⁾ p - valor de significância do Teste de Kruskal-Wallis para comparação entre categorias – com base nos índices anuais.

Fonte: Autoria própria, 2024

A categoria *Atividades/participações civis relevantes de militares* destacou-se com índices de popularidade (10,466), compromisso (0,921) e participação mais altos (12,133) do que todas as outras. Relativamente à viralidade, as categorias *Recrutamento/Concursos* (0,835) e *Curiosidades/Efemérides* (0,808) foram as que tiveram índices mais altos. Apenas o Índice de compromisso depende significativamente da categoria ($p = 0,015$) – não se registou significância estatística nos restantes índices: Popularidade ($p = 0,150$), Viralidade ($p = 0,199$) e Participação ($p = 0,129$) (Quadro 3.2.1.1. e Figura 3.2.1.1.).



Figura 3.2.1.1. Índices de popularidade, compromisso, viralidade e participação entre 2019 e 2022, por categoria.

Fonte: Autoria própria, 2024

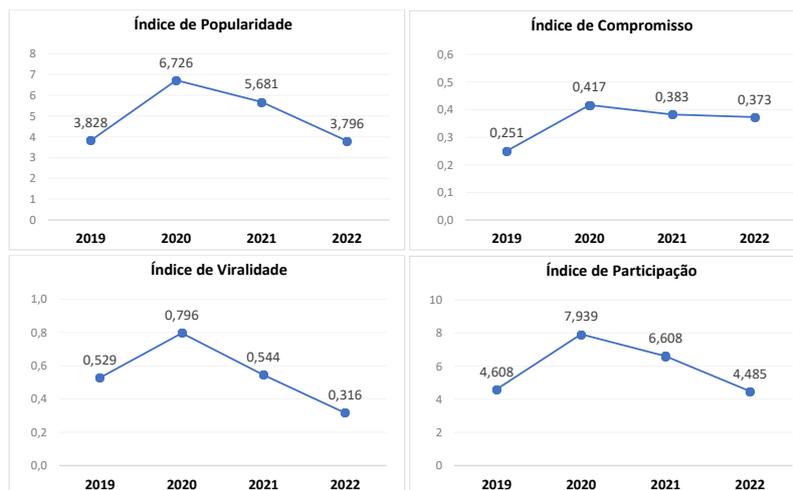


Figura 3.2.1.2.. Índices de interação no Facebook, entre 2019 e 2022. Fonte: Autoria própria, 2024

Relativamente à evolução dos índices nos anos em análise (Quadro 3.2.1.2. e Figura 3.2.1.2.), observou-se um aumento de todos os índices entre 2019 e 2020, seguido de uma diminuição nos anos seguintes.

Quadro 3.2.1.2. Índices de interação – por ano entre 2019 e 2022.

Categoria	2019	2020	2021	2022
Popularidade				
1 Missão e meios	3.120	5.926	3.937	3.250
2 Recrutamento/Concursos	3.255	5.470	5.192	2.863
3 Convite à participação em atividades abertas ao público	3.430	5.367	4.996	2.019
4 Colaboração com entidades civis	2.695	6.760	7.217	2.535
5 Atividades/participações civis relevantes de militares	5.791	6.213	15.806	11.079
6 Eventos internos	5.097	6.216	6.090	3.957
7 Dinamização da página	4.450	8.678	5.659	4.161
8 Curiosidades/Efemérides	4.744	6.541	7.257	5.153
Global popularidade	3.828	6.726	5.681	3.796
Compromisso				
1 Missão e meios	0.187	0.372	0.208	0.285
2 Recrutamento/Concursos	0.216	0.251	0.322	0.245
3 Convite à participação em atividades abertas ao público	0.218	0.297	0.300	0.187
4 Colaboração com entidades civis	0.140	0.427	0.547	0.173
5 Atividades/participações civis relevantes de militares	0.468	0.461	1.298	1.149
6 Eventos internos	0.390	0.372	0.457	0.355
7 Dinamização da página	0.270	0.568	0.400	0.461
8 Curiosidades/Efemérides	0.341	0.382	0.521	0.599
Global compromisso	0.251	0.417	0.383	0.373
Viralidade				
1 Missão e meios	0.383	0.537	0.289	0.235
2 Recrutamento/Concursos	1.189	0.701	1.308	0.478
3 Convite à participação em atividades abertas ao público	0.595	1.000	0.713	0.320
4 Colaboração com entidades civis	0.313	1.353	0.573	0.214
5 Atividades/participações civis relevantes de militares	0.697	0.528	1.094	0.460
6 Eventos internos	0.607	0.484	0.354	0.253
7 Dinamização da página	0.566	1.044	0.492	0.261
8 Curiosidades/Efemérides	0.746	0.847	1.025	0.560
Global viralidade	0.529	0.796	0.544	0.316
Participação				
1 Missão e meios	3.690	6.835	4.434	3.770
2 Recrutamento/Concursos	4.661	6.422	6.823	3.587
3 Convite à participação em atividades abertas ao público	4.242	6.665	6.008	2.526
4 Colaboração com entidades civis	3.148	8.540	8.336	2.923
5 Atividades/participações civis relevantes de militares	6.957	7.202	18.199	12.688
6 Eventos internos	6.095	7.073	6.901	4.564
7 Dinamização da página	5.285	10.290	6.551	4.883
8 Curiosidades/Efemérides	5.831	7.770	8.804	6.312
Global participação	4.608	7.939	6.608	4.485

Fonte: Autoria própria, 2024

3.3. Apresentação e discussão dos resultados da entrevista

Um dos objetivos da entrevista foi perceber se as categorias de conteúdos identificadas como mais promotoras da transparência e da abertura à sociedade eram aquelas que registavam igualmente maiores indicadores e índices, nas observações efetuadas no sítio da internet e no Facebook. Assim, a ordenação atribuída no decurso da entrevista para as categorias de conteúdos do sítio oficial e do Facebook foi a indicada na coluna Ordenação CEMA do Quadro 3.3.1. e 3.3.2., classificada de 1 a mais importante a 8 a menos importante.

No Quadro 3.3.1. são apresentados os resultados da ordenação das categorias considerando as métricas do número de páginas, visualizações e tempo de permanência. Foi utilizado um código de cores para a ordenação alcançada para cada uma das métricas, com base no código de cores resultante da ordenação dada pela entrevista. A análise desta comparação lado a lado das ordenações permite verificar que, para a primeira categoria de *Missões e meios*, todos os indicadores estão alinhados com a percepção de maior transparência e abertura, resultando que o maior número de páginas, o maior número de visualizações e o maior tempo de permanência despendidos pelo cidadão ocorrem na categoria mais valorizada na entrevista. Em segundo lugar nos três indicadores surgem as páginas de informação *Institucional/Legal/Útil*, valorizadas na entrevista em terceiro lugar, sendo que é nestas páginas que é formalmente disponibilizada a informação obrigatório por lei, serviços eletrónicos, ou seja, aquela que faz parte da transparência administrativa esperada para a organização, o que vem revelar que o cidadão procura informação deste âmbito de forma frequente e significativa.

Quadro 3.3.1. Comparação da ordenação das categorias do sítio oficial da Marinha na internet

	Ordenação CEMA	Ordenação Nº de Páginas	Ordenação Visualizações (aprox. centenas milhar)	Ordenação Tempo de Permanência (horas)
Missão e Meios	1	1 (88)	1 (896)	1 (21.584)
Recrutamento/Concursos	2	4 (18)	4 (107)	4 (7.025)
Informação institucional/legal/útil	3	2 (24)	2 (451)	2 (17.848)
Atividades/participações civis relevantes de militares	4	7 (3)	7 (22)	7 (728)
Convite à participação em atividades abertas ao público	5	5 (7)	6 (25)	6 (1.084)
Colaboração com entidades civis	6	8 (2)	8 (8)	8 (549)
Eventos internos	7	6 (4)	5 (34)	5 (1.710)
Curiosidades/Efemérides	8	3 (23)	3 (238)	3 (9.936)

Fonte: Autoria própria, 2024

Na opinião do Almirante Chefe do Estado-Maior da Armada, o tipo de conteúdo que melhor serviria os objetivos do Governo Aberto para o caso da Marinha seriam a produção de conteúdo estruturado que demonstrasse de forma evidente quais eram os custos e quais eram os resultados da atividade da Marinha, admitindo que essa informação existe e se encontra disponível, mas não dessa forma tão estruturada, nas publicações e conteúdos disponibilizados nas redes sociais e na página da *internet*.

No caso do Facebook, de modo a permitir uma melhor visualização das diferentes ordenações dos indicadores foi usado um código de cores para a ordenação alcançada nas restantes métricas em cada categoria, para número de publicações, número de pessoas alcançadas, Índice de popularidade (P3), Índice de Compromisso (C3), Índice de Viralidade (V3) e Índice de Participação (E).

Quadro 3.3.2. Comparação da ordenação das categorias do Facebook

	Ordenação CEMA	Ordenação Nº de Publicações	Ordenação Pessoas alcançadas (aproximado em milhões)	Ordenação Popularidade (Índice P3)	Ordenação Compromisso (Índice C3)	Ordenação Viralidade (Índice V3)	Ordenação Participação (Índice E)
Missão e Meios	1	1 (1111)	1 (17)	7 (4,049)	7 (0,260)	8 (0,357)	7 (4,666)
Recrutamento/Concursos	2	7 (165)	8 (4)	6 (4,082)	6 (0,271)	1 (0,835)	6 (5,189)
Convite à participação em atividades abertas ao público	3	6 (219)	5 (6)	8 (3,614)	8 (0,240)	6 (0,601)	8 (4,455)
Colaboração com entidades civis	4	5 (221)	7 (5)	5 (4,624)	5 (0,304)	4 (0,635)	5 (5,564)
Atividades/participações civis relevantes de militares	5	8 (109)	6 (5)	1 (10,466)	1 (0,921)	3 (0,746)	1 (12,133)
Eventos Internos	6	4 (341)	4 (8)	4 (5,500)	4 (0,406)	7 (0,411)	4 (6,317)
Dinamização da Página	7	2 (599)	2 (14)	3 (6,056)	3 (0,458)	5 (0,613)	3 (7,127)
Curiosidades/Efemérides	8	3 (409)	3 (10)	2 (6,066)	2 (0,478)	2 (0,808)	2 (7,351)

Fonte: Autoria própria, 2024

A análise efetuada parece revelar que a maioria das categorias mais valorizadas no contexto da entrevista, não são aquelas que alcançam junto do cidadão os maiores índices de popularidade, compromisso, viralidade e participação. No entanto, relativamente ao número de publicações efetuadas e pessoas alcançadas, em especial na categoria de maior representatividade, *Missões e meios*, os resultados parecem bastante alinhados com a visão do Almirante Chefe do Estado-Maior da Armada que valoriza a disponibilização de informação sobre as atividades desenvolvidas para os objetivos da administração aberta e transparência: “sobre a accountability e a capacidade de escrutínio que as pessoas têm ou não da nossa atividade, elas só terão capacidade para escrutinar a nossa atividade se a conhecerem. Quando eu a dou a conhecer, quando a Marinha dá a atividade a conhecer, basicamente está a expor-se, está a expor-se ao escrutínio” e “a informação que nós disponibilizamos contribuiu não diretamente para o processo estruturado da *accountability*, mas para o processo informal ou social da *accountability*”.

Por outro lado, as categorias que parecem interessar mais e gerar mais ação subsequente nos seguidores, como gostos, partilhas e comentários, parecem ser aquelas que acarretam um conteúdo mais informal sobre a atividade, como aquelas relacionadas com a dinamização da página, as curiosidades/efemérides, os eventos internos da Marinha e os destaques sobre participações relevantes de militares em contexto civil, categorias que obtiveram menor valorização no âmbito da entrevista. Mesmo neste tipo de categorias mais gerais de publicações é de realçar que a Marinha coloca sempre temas navais e de cultura geral da organização no conteúdo nas publicações. O Almirante Chefe do Estado-Maior considera que o facto de a Marinha ser acessível ao público faz com que este sinta que tem uma proximidade maior, e que essa proximidade é importante para informar e dar a conhecer a Marinha.

Conclusões

Transparência, participação e colaboração, três pilares que se consideram de extrema importância para assegurar e alcançar os objetivos de ter um Governo Aberto. Um processo de governação que promete, entre outros aspetos, melhorar a democracia, dar mais poder ao cidadão e tornar os processos mais eficazes, obrigando os governos a aumentar o grau de informação sobre a sua ação para o cidadão, a auscultar o cidadão e a incluí-lo nas decisões. As iniciativas para alcançar os objetivos de um Governo Aberto repetem-se e multiplicam-se mas a revisão da literatura parece indicar que ainda há um longo caminho pela frente (Cuccinello et al., 2017; Matheus & Janssen, 2020; Porumbescu, 2017).

No caso da Defesa, existe ainda alguma resistência adicional para a introdução destes processos de promoção da transparência e abertura à sociedade, por existência de algumas dificuldades relacionadas com o âmbito de atuação, o tipo de estrutura, a forma de funcionamento e a gestão do segredo que protege a segurança nacional. Não obstante, a evolução das exigências democráticas e da sociedade têm aproximado a realidade da Defesa dos mesmos princípios e pressupostos dos restantes organismos da Administração Pública, apenas sendo permitido proteger o que realmente carece de sigilo (Afonso, 2011; Canané, 2017; Ericson & Wester, 2022; Klaus, 2016).

A *internet* e as redes sociais constituem um terreno fértil para a condução das iniciativas conducentes ao Governo Aberto e existe uma utilização crescente de plataformas e portais que visam, de forma direta, ou indireta, estabelecer esse canal de comunicação com o cidadão. A Marinha utiliza o sítio oficial da *internet* e várias redes sociais para alcançar o cidadão, que frequentemente não acede aos serviços da Marinha por nenhuma outra via, em função do tipo de bens e serviços públicos produzidos. Através das redes sociais, a Marinha parece alcançar uma audiência muito maior do que através do sítio oficial, tendo alcançado, só no Facebook, entre 2019 e 2022, cerca de 70 milhões de pessoas, através de cerca de 3 mil publicações, com uma média superior a 20 mil pessoas por publicação, tendo ainda sido verificado um crescimento constante ao longo de todo o período em análise. Na presente data, o número de seguidores desta rede social ultrapassa já os 360 mil. Os dados do sítio oficial da *internet* revelam um número de visualizações de página bastante mais conservador, de aproximadamente 3 milhões ao longo dos quatro anos em análise.

Pese embora o sítio da *internet* e as redes sociais não visem diretamente a promoção da transparência e a abertura à sociedade, o Almirante Chefe do Estado-Maior concorda que estas são ferramentas importantes nesse sentido, porque ao estar presente nestas plataformas a Marinha está a expor-se ao escrutínio público e a dar a conhecer o que faz.

O sítio oficial da *internet* da Marinha disponibiliza, no entanto, um conjunto de informação mais formal do âmbito da *accountability* da organização, de modo a responder aos requisitos legais impostos

pelo normativo vigente. Neste âmbito, verificaram-se a existência de alguns aspetos que poderiam ser melhorados na disponibilização da informação, julgando-se que seria desejável proceder a uma revisão das informações disponíveis relativamente aos Planos e Relatórios de Atividades, às informações relacionadas com o ambiente, e ainda considerar a eventual inclusão de ligação ao Portal dos Dados Abertos da Defesa, que agrega informação estatística de relevo sobre as Forças Armadas, a qual poderia representar uma mais-valia para quem procura informação oficial das estatísticas das atividades da Marinha. Ao longo do período em análise, a página oficial cresceu, quer em número de visualizações de páginas, quer em tempo despendido na página, o que parece evidenciar o aumento do interesse nos conteúdos publicados ou na forma como estão disponíveis.

A constituição de categorias de conteúdos na análise das páginas permitiu concluir que as páginas mais procuradas, são também aquelas que têm maior tempo total despendido na página. Em relação ao tempo de permanência na página é interessante verificar que onde o cidadão passa mais tempo em média é nas páginas de *Informação Institucional/Legal/Útil*, ou seja, nas páginas que se relacionam efetivamente com a prestação de serviços da Marinha e a respetiva informação promotora da transparência administrativa. Quer no caso do sítio da *internet*, quer no caso do Facebook, a categoria de publicação mais relevante foi a categoria *Missões e meios*, realçando a ênfase dada pela organização em se dar a conhecer ao cidadão através da divulgação e promoção das atividades desenvolvidas, em alinhamento com o descrito na entrevista, e com o que parece ser um dos aspetos mais salientados pela análise da utilização das redes sociais no âmbito do Governo Aberto (DePaula et al., 2018)

Relativamente à utilização das redes sociais, em concreto o Facebook, a Marinha publica diariamente diversos conteúdos, numa atitude muito dinâmica de divulgação das atividades. Os dados relativos ao Facebook indiciam que, ao longo do período em análise, foram obtidos maiores índices de participação na página, ou seja, gostos, comentários e partilhas, no ano de 2020 o que poderá estar relacionado com o período da pandemia COVID-19. O número de pessoas alcançadas no total, e em média com cada publicação, no período de 2019 a 2022, estiveram sempre em crescimento, indiciando o elevado interesse existente nos conteúdos publicados.

Foi efetuada a aplicação da metodologia proposta por Bonsón et al. (2015; 2013) para a avaliação dos índices relacionados com a popularidade, viralidade, compromisso e participação das categorias. No geral, foi possível aferir a existência de elevados índices de popularidade nas publicações efetuadas, sem diferença estatisticamente relevante entre as categorias, e índices de compromisso bastante variáveis, com diferença estatisticamente significativa em função da categoria da publicação. Os dados relativos ao Facebook indiciam que, ao longo do período em análise, foram obtidos índices crescentes de participação na página entre 2019 e 2020, ou seja, foram obtidos maior número de gostos, comentários e partilhas, o que poderá estar relacionado com o período da pandemia COVID-19. Com exceção do número de comentários que seguiu uma trajetória de estabilidade entre 2020 e 2022, os gostos e as partilhas reduziram nesse período, o que é igualmente sustentado pela redução dos quatro índices de Bonsón et al. computados.

Os cruzamentos das ordenações obtidas nos vários indicadores permitiram concluir que as categorias de maior valorização pelo Chefe do Estado-Maior da Armada relativamente ao Facebook não são, regra geral, aquelas que representam maior participação do cidadão. Talvez seja natural que assim seja, talvez o foco e o interesse do cidadão nesta via de comunicação valorize mais informação menos formal e mais do foro social. Não obstante, como refere o Almirante Gouveia e Melo, Chefe do Estado-Maior da Armada, o conteúdo que permitiria uma maior accountability e transparência seria um conteúdo estruturado que demonstrasse de forma evidente quais eram os custos e quais eram os resultados da atividade da Marinha, o qual admitiu que regra geral não é produzido com este propósito. Nesse sentido, pese embora o cidadão possa não manifestar expressamente interesse sobre o conteúdo estruturado e formal, conforme acima referido, poderia ser algo que contribuísse de forma direta para um processo de administração aberta.

As conclusões deste estudo apresentam algumas limitações. Em primeiro lugar, identificam-se as limitações próprias inerentes ao período temporal previsto para a conclusão da dissertação, as quais limitaram quer o horizonte temporal da análise, quer os objetivos definidos para o mesmo. Por outro lado, tratando-se de um estudo de caso isolado, o mesmo não permitirá provavelmente comparação ou generalização futura. De referir ainda que, o período de análise entre 2019 e 2022, incorpora o período pandémico COVID-19, e por esse motivo, pode condicionar os resultados obtidos.

Para estudos futuros neste âmbito, sugere-se a eventual análise temporal de séries de dados mais longas, que permitam a melhor visualização dos padrões dos utilizadores e do tipo de publicação, bem como de comparação dos resultados entre diferentes plataformas e entre distintas entidades na Administração Pública.

Referências Bibliográficas

- Abdulkareem, A., Abdulkareem, Z., Ishola, A., Bello, M., & Oladimeji, K. (2022). The influence of openness of public organizations and social media use on e-participation: the mediating effect of trust in e-government. *International Review of Public Administration*, 27(4), 281–296. <https://doi.org/10.1080/12294659.2022.2136054>
- Afonso, B. (2011). *O Direito De Acesso Aos Documentos Administrativos E a Salvaguarda Da Segurança Nacional* [Instituto de Estudos Superiores Militares]. https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/12015/1/TII_Cor_Baía_Afonso_-_Acesso_aos_Documentos_e_Segurança_Nacional.pdf
- Agência para a Modernização Administrativa. (2024). *Open Government Partnership - III Plano de Ação Nacional de Administração Aberta 2024-2027* (pp. 1–27). <https://ogp.eportugal.gov.pt/documents/48760/0/III+Plano+de+Ação+Nacional+de+Administração+Aberta.pdf/e00e2e0f-03a7-64a4-0bac-d7db02b09d9e>
- Antunes, C. (1993). Mito e Realidade da transparência administrativa. In *Estudos em Homenagem ao Prof. Doutor Afonso Rodrigues Queiró* (pp. 1–55).
- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo* (L. Reto & A. Pinheiro (eds.); Tradução d). Presses Universitaires de France.
- Berberian, C., Mello, P., & Camargo, R. (2014). Governo Aberto: a Tecnologia Contribuindo Para Maior Aproximação entre o Estado e a Sociedade. *Revista Do TCU*, 131, 30–39. <http://revista.tcu.gov.br/ojs/index.php/RTCU/article/view/60>
- Bonsón, E., Perea, D., & Bednárová, M. (2019). Twitter as a tool for citizen engagement: An empirical study of the Andalusian municipalities. *Government Information Quarterly*, 36(3), 480–489. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.03.001>
- Bonsón, E., & Ratkai, M. (2013). A set of metrics to assess stakeholder engagement and social legitimacy on a corporate Facebook page. *Online Information Review*, 37(5), 787–803. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2012-0054>
- Bonsón, E., Royo, S., & Ratkai, M. (2015). Citizens' engagement on local governments' facebook sites. an empirical analysis: The impact of different media and content types in western europe. *Government Information Quarterly*, 32(1), 52–62. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2014.11.001>
- Boudinova, B. (2003). Transparency in Defence Resource Management - Problems and Solutions. *Information & Security: An International Journal*, 11, 73–91. <https://doi.org/10.11610/isij.1104>
- Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4th ed.). Oxford University Press.
- Campos-Domínguez, E., & Díez-Garrido, M. (2022). Digital transparency and political communication. *El Profesional de La Información*, 1–8. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.ene.04>
- Canané, M. (2017). *Accountability no ciclo de gestão das Forças Armadas* [Instituto Universitário Militar]. <http://hdl.handle.net/10400.26/24543>
- Carmo, H., & Ferreira, M. (1998). *Metodologia da Investigação. Guia para Auto-aprendizagem*. Universidade Aberta.

- Carter, J., Ondercin, H., & Palmer, G. (2021). Guns, Butter, and Growth: The Consequences of Military Spending Reconsidered. *Political Research Quarterly*, 74(1), 148–165. <https://doi.org/10.1177/1065912919890417>
- Chevallier, J. (1988). Le Mythe de la Transparence Administrative. *Information et Transparence Administratives*, 1978, 239–275.
- Congressional Research Service. (2022). *The State Secrets Privilege: National Security Information in Civil Litigation*. <https://crsreports.congress.gov>
- Criado, J., & Guevara-Gómez, A. (2021). Public sector, open innovation, and collaborative governance in lockdown times. A research of Spanish cases during the COVID-19 crisis. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 15(4), 612–626. <https://doi.org/10.1108/TG-08-2020-0242>
- Cuccinello, M., Porumbescu, G., & Grimmelikhuijsen, S. (2017). 25 Years of Transparency Research: Evidence and Future Directions. *Public Administration Review*, 77(1), 32–44. <https://doi.org/10.1111/puar.12685>
- DePaula, N., Dincelli, E., & Harrison, T. (2018). Toward a typology of government social media communication: Democratic goals, symbolic acts and self-presentation. *Government Information Quarterly*, 35(1), 98–108. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.giq.2017.10.003>
- Ericson, M., & Wester, M. (2022). If I tell you I will have to kill you: secrecy in public administration in a time of securitization and militarization. *Critical Studies on Security*, 10(1), 43–54. <https://doi.org/10.1080/21624887.2022.2062926>
- Feeney, M., & Porumbescu, G. (2021). The Limits of Social Media for Public Administration Research and Practice. *Public Administration Review*, 81(4), 787–792. <https://doi.org/10.1111/puar.13276>
- Fernandes, D. (2015). O princípio da transparência administrativa: mito ou realidade? *Revista Da Ordem Dos Advogados, Jan-Jun(75)*.
- Fuhrmann, M. (2020). When Do Leaders Free-Ride? Business Experience and Contributions to Collective Defense. *American Journal of Political Science (John Wiley & Sons, Inc.)*, 64(2), 416–431. <https://doi.org/10.1111/ajps.12502>
- Gil-Garcia, J., Gasco-Hernandez, M., & Pardo, T. (2020). Beyond Transparency, Participation, and Collaboration? A Reflection on the Dimensions of Open Government. *Public Performance and Management Review*, 43(3), 483–502. <https://doi.org/10.1080/15309576.2020.1734726>
- Government of the United States of America. (2009). Memorandum on Transparency and Open Government. In *Federal Register*. <https://www.archives.gov/files/cui/documents/2009-WH-memo-on-transparency-and-open-government.pdf>
- Halachmi, A., & Holzer, M. (2010). Citizen participation and performance measurement: operationalizing democracy through better accountability. *Public Administration Quarterly*, 34(3), 378–399. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=55404359&site=eds-live>
- Hartley, K. (2010). The Case for Defence. *Defence and Peace Economics*, 21(5–6), 409–426. <https://doi.org/10.1080/10242694.2010.511024>
- Hood, C. (2012). Transparency in Historical Perspective. *Transparency The Key to Better Governance?*, 149–174. <https://doi.org/10.5871/bacad/9780197263839.003.0001>
- Klaus, L. (2016). Transforming armed forces through military transparency: Open government challenges in a world of secrecy. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 10(1), 99–119. <https://doi.org/10.1108/TG-01-2015-0002>

- Knight, M., Loayza, N., & Villanueva, D. (1995). *The Peace Dividend: Military Spending Cuts and Economic Growth* (WP/95/53). <http://documents.worldbank.org/curated/en/154941468766463442/The-peace-dividend-military-spending-cuts-and-economic-growth>
- Langella, C., Anessi-Pessina, E., Redmayne, N., & Sicilia, M. (2021). Financial reporting transparency, citizens' understanding, and public participation: A survey experiment study. *Public Administration*, November, 1–20. <https://doi.org/10.1111/padm.12804>
- Lapa, T., & Vieira, J. (2019). Divisões digitais em Portugal e na Europa. Portugal ainda à procura do comboio europeu? *Sociologia on Line*, 21, 62–82. <https://doi.org/10.30553/sociologiaonline.2019.21.3>
- Linåker, J., & Runeson, P. (2020). Collaboration in Open Government Data Ecosystems: Open Cross-sector Sharing and Co-development of Data and Software. In *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics): Vol. 12219 LNCS* (pp. 290–303). https://doi.org/10.1007/978-3-030-57599-1_22
- Lourenço, R. (2015). An analysis of open government portals: A perspective of transparency for accountability. *Government Information Quarterly*, 32(3), 323–332. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.giq.2015.05.006>
- Lourenço, R. (2023). A Framework for Public eServices Transparency. *International Journal of Electronic Government Research*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.4018/IJEGR.317415>
- Marôco, J. (2011). *Análise Estatística com o SPSS Statistics* (ReportNumber (ed.); 5ª edição).
- Marteleteo, R. (2001). Análise de redes sociais - aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ciência Da Informação*, 30(1), 71–81. <https://doi.org/10.1590/s0100-19652001000100009>
- Matheus, R., & Janssen, M. (2020). A Systematic Literature Study to Unravel Transparency Enabled by Open Government Data: The Window Theory. *Public Performance and Management Review*, 43(3), 503–534. <https://doi.org/10.1080/15309576.2019.1691025>
- Meijer, A., Curtin, D., & Hillebrandt, M. (2012). Open government: Connecting vision and voice. *International Review of Administrative Sciences*, 78(1), 10–29. <https://doi.org/10.1177/0020852311429533>
- Meijer, A. (2013). Understanding the Complex Dynamics of Transparency. *Public Administration Review*, 73(3), 429–439. <https://doi.org/10.1111/puar.12032>
- Mergel, I. (2013). A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government Information Quarterly*, 30(4), 327–334. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.015>
- Mergel, I. (2015). Open collaboration in the public sector: The case of social coding on GitHub. *Government Information Quarterly*, 32(4), 464–472. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2015.09.004>
- OCDE. (2003). *Síntese Estudos da OCDE sobre o Governo Eletrónico O Governo OECD E-Government Studies - The E-Government Imperative*. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264101197-sum-pt.pdf?expires=1697472708&id=id&accname=guest&checksum=B2B87EED50E6DBC0F192AABBB1BF8E2C>
- Paulo, J., & Queirós, A. (2005). Indicadores de produtividade da Marinha. *Nação e Defesa*, 3ª Série; Nº 112 (Outono-Inverno 2005), 187–215. <http://hdl.handle.net/10400.26/1138>
- Polykalas, S. (2014). *Assessing the evolution of the Digital Divide across European Union* (P. of I. C. of W. and O. A. to L. (ICWOAL) (ed.)). <https://doi.org/10.13140/2.1.1944.9929>
- Porumbescu, G. (2017). Linking Transparency to Trust in Government and Voice. *American Review of Public*

- Administration*, 47(5), 520–537. <https://doi.org/10.1177/0275074015607301>
- Pyman, M., Foot, P., & Fluri, P. (2008). Building Transparency and Reducing Corruption in Defence. *Workshop of Institutional and Inter-Governmental Practitioners*. https://www.dcaf.ch/sites/default/files/publications/documents/transparencydefence_workshop.pdf
- Queirós, A. (2017). *O modelo de avaliação da despesa militar – Avaliação do mérito da despesa na Marinha* [Instituto Universitário Militar]. <http://hdl.handle.net/10400.26/21287>
- Reischauer, G., & Ringel, L. (2023). Unmanaged Transparency in a Digital Society: Swiss army knife or double-edged sword? *Organization Studies*, 44(1), 77–104. <https://doi.org/10.1177/01708406221106329>
- Rubin, H., & Rubin, I. (2012). *Qualitative Interviewing* (3rd editio). SAGE Publications, Inc.
- Schillemans, T., Van Twist, M., & Vanhommerig, I. (2013). Innovations in accountability: Learning through interactive, dynamic, and citizen-initiated forms of accountability. *Public Performance and Management Review*, 36(3), 407–435. <https://doi.org/10.2753/PMR1530-9576360302>
- Sekaran, U. (2002). *Research Methods for Business. A Skill Building Approach*. (4th Editio). Wiley.
- Silva, S. (2017). O Princípio da Transparência: da Revolução à Necessidade de Regulação. In J. C. V. de Andrade (Ed.), *As reformas do sector público: perspectiva ibérica no contexto pós-crise* (pp. 149–174). Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Stiglitz, J. (1999). On Liberty, the Right to Know, and Public Discourse: The Role of Transparency in Public Life. *Oxford Amnesty Lecture*, 1–32. https://www8.gsb.columbia.edu/faculty/jstiglitz/sites/jstiglitz/files/2001_On_Liberty_the_Right_to_Know_and_Public.pdf
- Torres, J. (2020). The production of national defense and the macroeconomy. *PLOS ONE*, 15(10), 1–18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0240299>
- Villodre, J. (2024). A three-model approach to understand social media-mediated transparency in public administrations. *International Review of Administrative Sciences*. <https://doi.org/10.1177/00208523241261896>
- Williams, L. (2019). Guns Yield Butter? An Exploration of Defense Spending Preferences. *Journal of Conflict Resolution*, 63(5), 1193–1221. <https://doi.org/10.1177/0022002718785969>
- Wirtz, B., Daiser, P., & Mermann, M. (2018). Social Media as a Leverage Strategy for Open Government: An Exploratory Study. *International Journal of Public Administration*, 41(8), 590–603. <https://doi.org/10.1080/01900692.2017.1289388>
- Wukich, C. (2021). Government Social Media Engagement Strategies and Public Roles. *Public Performance and Management Review*, 44(1), 187–215. <https://doi.org/10.1080/15309576.2020.1851266>
- Yin, R. (2001). *Estudo de Caso. Planejamento e Métodos*. (2ª Edição). SAGE/Bookman.
- Yu, H., & Robinson, D. G. (2012). The New Ambiguity of “Open Government.” *SSRN Electronic Journal*, 178(2012), 178–208. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2012489>
- Zeru, F. (2021). The Use of Social Networking Websites in Romanian Public Administration. *Journal of Media Research*, 14(2 (40)), 105–122. <https://doi.org/10.24193/jmr.40.6>

Outras fontes:

Constituição da República Portuguesa, Decreto de 10 de abril de 1976, com as alterações subsequentes

Código do Procedimento Administrativo, Decreto-lei 4/2015, de 7 de janeiro, com as alterações subsequentes

Lei n.º 26/2016, de 22 de agosto, com as alterações subsequentes

Lei Orgânica 3/2014, de 6 de agosto

Resolução do Conselho de Ministros n.º 50/88, de 3/12, alterada pela Resolução de Conselho de Ministros n.º 13/93 de 6 de março (SEGNAC 1)

Resolução do Conselho de Ministros n.º 37/89, de 24 de outubro (SEGNAC 2)

Resolução do Conselho de Ministros n.º 16/94, de 22 de março (SEGNAC 3)

Resolução do Conselho de Ministros n.º 5/90, de 28 de fevereiro (SEGNAC 4)

Anexo A

Guião da entrevista

A CTEN AN Ana Queirós encontra-se a terminar o Mestrado em Administração Pública no ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, para o qual terá que preparar uma dissertação e escolheu o título provisório “O papel da internet e das redes sociais na promoção da transparência e abertura à sociedade na Administração Pública – O caso da Marinha”.

Portugal faz parte da Open Government Partnership (OGP) desde 2017. Nesse sentido subscreveu aqueles que são os objetivos para uma Administração Aberta (Plano de Ação Nacional de Administração Aberta 2024-2027):

- Transparência: publicação proativa de informação por parte do Governo, promovendo mecanismos para fortalecer o direito à informação;
- Accountability: existência de regras, regulamentos e mecanismos que convoquem os atores do Governo a justificar as suas ações e a agir de acordo com críticas e exigências, bem como a responsabilizarem-se pelos seus incumprimentos;
- Participação pública: envolvimento dos cidadãos num diálogo sobre as políticas e programas públicos, solicitando a sua contribuição e feedback para medidas mais ágeis, inovadoras e eficazes;
- Tecnologia e inovação: deve apoiar e promover os três princípios anteriores.

No presente estudo pretende-se compreender o papel que o papel da página da internet e as redes sociais, no caso da Marinha, possam desempenhar neste âmbito, com especial enfoque na transparência e na participação pública que pode ser alcançada com a abertura à sociedade que resulta da utilização destas tecnologias.

Neste sentido, seria uma grande mais-valia e honra entrevistar S. Exa. o Chefe do Estado-Maior da Armada, no sentido de compreender as opções estratégicas e objetivos de utilização da página da internet da Marinha e das redes sociais em uso, com especial destaque para o Facebook, onde tem vindo a crescer o número de seguidores, pelo menos desde 2019, e que tem cerca de 354 mil seguidores na presente data (data de referência 24/02/2024), obtendo resposta para as seguintes questões:

1. Considera que a página da internet e as redes sociais utilizadas pela Marinha contribuem para a existência de uma administração aberta, designadamente com o objetivo de promover a transparência, a *accountability* e a participação pública? Se sim, de que forma?
2. Relativamente aos conteúdos que a Marinha publicada na página da internet e nas redes sociais, que tipologia(s) de conteúdo(s) considera que poderá(ão) contribuir para uma administração aberta, ou seja que potenciem mais diretamente os objetivos da transparência, *accountability* e participação pública?

3. Considerando agora uma proposta de categorização de conteúdos existentes na página de *Facebook* da Marinha, entre 2019 e 2022, conforme abaixo, como os ordenaria, de acordo com o que considera ser o seu grau de importância enquanto contributo para uma administração aberta da Marinha. Ordene de 1 a 8 de acordo com essa importância (1 mais importante, 8 menos importante):

Ordenação (1 a 8)	Categorias	Descrição do conteúdo da publicação em cada categoria
	Atividades/participações civis relevantes de militares	Publicação relativa a uma ação ou participação destacada de militares no contexto da sociedade e/ou participação, geralmente individual, em contexto internacional. A publicação, no respetivo contexto em que foi disponibilizada, contém palavras de destaque do(s) militar(es), por exemplo, medalha, conquista, campeão, conclui, destaca-se, salvou, vence, prémio.
	Colaboração com entidades civis	Publicação relativa a ações da Marinha em colaboração, aproximação e articulação com entidades civis, designadamente no âmbito de protocolos, projetos, ações de solidariedade, estudos, parceria, colaboração no âmbito da Proteção Civil ou do apoio à pandemia COVID-19. A publicação, no respetivo contexto em que foi disponibilizada, contém palavras como, por exemplo, colabora, protocolo, promovem, parceria, apoio, coopera, acolhe, associa.
	Convite à participação em atividades abertas ao público	Publicação relativa a ações e atividades da Marinha abertas (gratuitas ou não) ao público ou em que a participação da sociedade é promovida, designadamente em eventos públicos em que a Marinha se faz representar ou em iniciativas que a Marinha promove diretamente, incluindo, através dos seus órgãos culturais. A publicação no contexto em que foi disponibilizada contém palavras como, por exemplo, convite, acompanhe, visite, aberto, assista, presente, junte-se, aproveite.
	Curiosidades/Efemérides	Publicação relativa a feitos históricos, a datas comemorativas, datas marcantes e a curiosidades relacionadas com a Marinha. Contém palavras, alusões e expressões como "sabia que?", parabéns, aniversário, celebra-se, Dia Nacional, Dia Mundial, Dia Internacional, assinala-se, curiosidade, falecimento.
	Dinamização da página	Publicação com um caráter genérico, que não se integra nas restantes categorias, cuja intenção é captar a atenção, tornar a visita à publicação apelativa, muitas vezes com uma fotografia associada, tornar a página dinâmica e agradável, recorrendo frequentemente aos contextos do dia-a-dia da Marinha, a eventos de relevo que estejam a acontecer na sociedade (por exemplo, eventos desportivos), datas e épocas comemorativas não diretamente relacionadas com a Marinha nem contextos navais, e com recurso a frases de autores conhecidos, a provérbios, entre outros. Contém habitualmente expressões como Bom dia, Boa noite, Bom fim-de-semana, Boa Semana, Boas Festas, Natal, "Dia de", Páscoa, vence, seleção, Portugal.
	Eventos internos	Publicação que dá conhecimento sobre eventos e cerimónias da Marinha que ocorrem num contexto interno e de funcionamento da organização, como sejam cerimónias de entrega de comando, de tomada de posse, juramento de bandeira, imposição de boinas, condecorações, início de cursos, visita de entidades, eventos desportivos/culturais/sociais com caráter interno. Contém habitualmente palavras como comando, comandante, tomada de posse, juramento, cerimónia, boina, condecorado, acompanhou, recebe, diploma.
	Missões e Meios	Publicação que relata e descreve ações de meios e unidades da Marinha em contexto formal do desempenho de missões e tarefas no cumprimento do serviço público da Marinha, fornecendo frequentemente explicação ou dados adicionais sobre a tipologia e objetivos da missão, dos meios, estatísticas, o tempo durante o qual se prevê o empenhamento dos meios, os resultados alcançados. Contém frequentemente expressões como missão, participa, termina, navega, regressa, operação, treino, viagem, larga, atraca, resgata, comanda, salva, exercício, patrulha, assistência, busca, vigilância, segurança, horas de navegação, milhas.
	Recrutamento/Concursos	Publicação que incentiva à participação em concursos e ações que visam o recrutamento para a Marinha. Inclui palavras como recrutamento, recruta, candidato, carreira, aberto, concurso, concorre, candidatura, descobre, recebe, Escola Naval, Fuzileiros, Praça, Oficial, Mergulhador, estágio, oportunidade, visitar.

4. Considerando agora uma proposta de categorização de conteúdos acedidos pela página da internet da Marinha, com mais de 1500 visualizações, conforme abaixo, como os ordenaria, de acordo com o que considera ser o seu grau de importância enquanto contributo para uma administração aberta da Marinha. Ordene de 1 a 8 de acordo com essa importância (1 mais importante, 8 menos importante):

Ordenação	Categorias	Descrição do conteúdo da página em cada categoria
	Atividades/participações civis relevantes de militares	Página com informação relativa a uma ação ou participação destacada de militares no contexto da sociedade e/ou participação geralmente individual em contexto internacional.
	Colaboração com entidades civis	Página relativa a ações da Marinha em colaboração, aproximação e articulação com entidades civis, designadamente no âmbito de protocolos, projetos, ações de solidariedade, estudos, parceria, colaboração no âmbito da Proteção Civil ou do apoio à pandemia COVID-19.
	Convite à participação em atividades abertas ao público	Página que contém informação relativa a ações e atividades da Marinha abertas (gratuitas ou não) ao público ou em que a participação da sociedade é promovida, designadamente em eventos públicos em que a Marinha se faz representar ou em iniciativas que a Marinha promove diretamente, incluindo, através dos seus órgãos culturais. A página contém palavras como, por exemplo, convite, acompanhe, visite, aberto, assista, presente, junte-se, aproveite.
	Curiosidades/Efemérides	Página relativa a datas históricas, a datas comemorativas, datas marcantes e a curiosidades relacionadas com a Marinha.
	Eventos internos	Página que dá conhecimento sobre eventos e cerimónias da Marinha que ocorrem num contexto interno e de funcionamento da organização, como sejam cerimónias de entrega de comando, de tomada de posse, juramento de bandeira, imposição de boinas, condecorações, início de cursos, visita de entidades, eventos desportivos/culturais/sociais com caráter interno.
	Informação institucional/legal/útil	Página que contém informação oficial sobre aspetos institucionais, designadamente informação legal obrigatória, informações sobre serviços prestados, contactos e políticas do site.
	Missão e meios	Página que relata, apresenta ou descreve ações de meios e unidades da Marinha em contexto formal do desempenho de missões e tarefas no cumprimento do serviço público produzido pela Marinha, fornecendo frequentemente explicação ou dados adicionais sobre a tipologia e objetivos dos meios e da missão, estatísticas, o tempo durante o qual se prevê o empenhamento dos meios, os resultados alcançados.
	Recrutamento/Concursos	Página relativa à abertura de concursos, estágios e ações que visam o recrutamento para a Marinha.

Obrigada pela colaboração!

Anexo B

Breve caracterização da Marinha

(com base na informação consultada em www.marinha.pt, em 15/08/2024)

A Marinha é um ramo das Forças Armadas Portuguesas, uma entidade do Estado dotada de autonomia administrativa, que funciona na dependência do Ministério da Defesa Nacional. O atual logotipo identificador da Marinha é apresentado na Figura B1-1.

A Marinha Portuguesa encontra-se referenciada como a mais antiga do Mundo, com 707 anos. É considerada como data formal da sua criação, o dia 1 de fevereiro de 1317, data em que foi celebrado o acordo entre o rei D. Dinis e o genovês Manuel Pessanha para servir na Armada Portuguesa.

A missão da Marinha é “promover e proteger os interesses de Portugal no e através do mar”. Esta missão é assegurada através de três agregados de funções essenciais, ligadas à Defesa, à Segurança e Autoridade, e ao Desenvolvimento.

No produto institucional da Marinha incluem-se o cumprimento de operações militares, por exemplo, o combate à pirataria, o controlo da proliferação de armas, o resgate de cidadãos nacionais de áreas de conflito; ações de busca e salvamento marítimo, fiscalização da pesca, controlo de ilícitos marítimos e de fronteiras, investigação científica no domínio do mar e atividades culturais e museológicas.

A Marinha é chefiada pelo Almirante Chefe do Estado-Maior da Armada que depende do Almirante Chefe do Estado-Maior General das Forças Armadas no âmbito operacional e do Ministro da Defesa Nacional no âmbito da administração de recursos, e é por inerência do cargo, a Autoridade Marítima Nacional.



Figura B-1.1. – Logotipo oficial da Marinha. Fonte: www.marinha.pt, consultado em 15/08/2024